

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Atmoko, D. B. (2015). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Handley, A., & Chapman, C. (2012). . *Content Rules: How to Create Killer Blogs, Podcasts, Videos, Ebooks, Webinars (and More) That Engage Customers and Ignite Your Business*. Hoboken.
- Haryanto. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi*. EduLib.
- Kemendagri. (2014). Optimalisasi Media Sosial. In *Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI* (Vol. 53, Issue 9).
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas (Alih bahasa dari Bahasa Inggris oleh Sabran B)* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks Group Gramedia.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*.
- Muhibbin. (2010). *Pendidikan Psikologi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nistrina., M. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*.
- Nurgiyantoro, B. (2014). *Penilaian Pembelajaran Bahasa Berbasis Kompetensi*. BPFE-Yogyakarta.
- Rismawaty. Desayu Eka Surya, S. J. P. (2014). *Pengantar ilmu komunikasi (Welcome to the world of communications)*. Rekayasa Sains.
- Rohmadi, A. (2016). *Tips Produktif Bersosial Media*. PT Elek Media Komputindo.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2009). *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks Group Gramedia.

- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Solis, B. (2010). *The Complete Guide for BRANDS and BUSINESSES to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Andi.

## 2. Sumber Lainnya

- Agustina. (2016). *Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda*.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113–1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Annisa Mochtar, N. Rachma, A. B. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Media Sosial Terhadap Minat Beli BTS Meal di Mcdonald's (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Program Studi Manajemen UNISMA 2017). *Jurnal Riset Manajemen*, 43–54.
- B.K Lewis. (2010). *Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students*.
- Cahyono, A. S. (2016). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA*. 9(1), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Darmawan, B., & Putri, K. Y. S. (2020). Pengaruh Unggahan Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Minum Kopi. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 83–89.
- Permata, A. A. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram*.
- Putri, S., Primadani, B., Putri, S., Komunikasi, P. I., & Telkom, U. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram @ Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic*. 9(1), 53–64.
- Rochyati. (2015). Faktor yang Paling Mempengaruhi Siswa Atas Pilihan Perguruan Tinggi: sebuah Penelitian Eksploratori. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13(4), 443–458. <https://www.neliti.com/id/publications/283957/>
- Salamoon, D. K. (2013). *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya Di Dunia Maya*.
- Setyanto, R. P., & Afif, N. C. (2021). *The Effectiveness of Photo-Sharing-Based*

*Instagram Social Media in Influencing Consumer Purchase Intentions on the @ manteracorner Instagram account.* 858–867.

### **3. Internet Searching**

Pandemi Corona Mengakibatkan PTS Mengalami Sedikit Peminat, APTISI Mulai Mengeluhkan Menurunnya Jumlah Pendaftar. 2020. <https://aptisi.or.id/2020/04/16/pandemi-corona-mengakibatkan-pts-mengalami-sedikit-peminat-aptisi-mulai-mengeluhkan-menurunnya-jumlah-pendaftar/> (Diakses pada 9 April 2022 Pukul 21:17)

Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021, 2021. <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021> (Diakses pada 3 April 2022 Pukul 23:33)

Instagram @unikom\_official, 2022. [https://www.instagram.com/unikom\\_official/](https://www.instagram.com/unikom_official/) (Diakses pada 10 Mei 2022 Pukul 22:38)