

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliya, I., Setiaji, K., Pd, S., & Pd, M. (2017). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa. *Economic education analysis journal*, 6(3), 835842.
- Ekawati, R. K. (2017). Peran mediasi sikap atas pengaruh kepercayaan terhadap niat menggunakan. *Jurnal sistem & teknologi informasi komunikasi*, 1(1), 110.
- Fauzi, V. P. (2016). Pemanfaatan Instagram sebagai social media marketing er-corner boutique dalam membangun brand awareness di kota Pekanbaru. *Jom fisip*, 3(1), 115.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak online shop di Instagram dalam shopaholic di Samarinda, 1(3), 117128.
- Indika, D. R. (2017). Media sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen, 1, 2532.
- Lubis, M. S. I. (2018). Dampak komunikasi dan perubahan sosial bagi pengguna Instagram. *Jurnal warta edisi* :55.
- Mellyna Eka Yan Fitri, A. M. (2017). Evaluasi prestasi belajar mahasiswa terhadap penggunaan media sosial. *Jurnal ekonomi & bisnis dharma andalas*, 19(1), 5568.
- Miranda, O. S., & Evawani. (2017). Pengaruh Instagram sebagai media online shopping fashion terhadap perilaku konsumtif mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Riau. *Jom fisip*, 4(1), 115.
- Pratiwi, E. D. (2016). Faktor yang mempengaruhi niat menggunakan Instagram dengan the theory of reasoned action menggunakan Amos 21. *Jurnal teknik komputer amik bsi*, (1), 6877.
- Putri, S., Primadani, B., & Putri, S. (2017). Pengaruh media sosial Instagram @ zapcoid terhadap brand equity Zap Clinic, 9(1), 5364.
- Diputri, A. T., & Afriani, A. L. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image PT Hijau Indah Selaras. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 169 - 187.
- Heryana, A. (2020). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. Penerbit Erlangga, Jakarta, June, 1–11.
- Chu, C. P., & Luckanavanich, S. (2018). The Influence of Social Media Use and Travel Motivation on The Perceived. *International Journal of Arts and Commerce*.
- P. G, I. I. (2019, March 2). Sosiologi Pariwisata. Retrieved from Instagram User Behaviour:

Saputra, A. E. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Motivasi Kunjungan Wisata ke Pulau Sirandah Padang [skripsi]. Politeknik Negeri Padang

Sudirman. (2011). Interaksi dan Motivasi Belajar dan Mengajar. Jakarta: PT. Grafindo.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Wicaksono, M. A. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura terhadap Minat Berkunjung Followers. [skripsi] Universitas Riau.

Zeng. (2015). Tourism and Hospitality Development Between China and EU. Guangzhou: Springer.

Arikunto, Suharsimi (2010). Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta. Cahyani, M., & Qadarwati, L. N. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Omzet Penjualan Handphone

Siregar, Sofyan (2011) Statistika Deskriptif Untuk Penelitian, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Supriyanto. (2009). Metodologi Riset Bisnis. Indeks, Jakarta.

Isnanda, Susanto, Mubarak, Stephanie, Putra, Munajat, E. (2013). Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Mendukung Pemasaran Produk UMKM (Studi Kasus Kabupaten Subang, Jawa Barat).

Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008). "Prinsip-prinsip Pemasaran" Erlangga : Jakarta.

Latief, Nurahmah (2019). "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone Pada Dp Store Makassar" Skripsi. Universitas Negri Makasar.

Weber, L. (2009), Marketing to Social Web : How Digital Customer Communities Build Your bussines,