

DAFTAR PUSTAKA

- Anggalia Wibasuri, Satria Bangsawan, Mahrinasari MS dan Ribhan. 2018. *Determinants of Attitude Tourist in E-Tourism Usage. International Journal of Engineering & Technology. Student of the Doctor Faculty of Economics and Business, University of Lampung, Indonesia.* Diakses Website: www.sciencepubco.com/index.php/IJET doi: 10.14419/ijet.v7i4.23127.
- Anggalia Wibasuri, et.al. 2020. *Determinanants Of Consumers Attitude In Batik Lampung Based On Digital. International Journal Of Psychosocial Rehabilitation* ISSN:1475-7192. Vol.24, issue 1. 2020.
- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bilson, Simamora. 2010. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali dan Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares, Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Edisi 2 (Untuk Penelitian Empiris). Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12, Jilid ke 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12, Jilid ke 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller,. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13, Bahasa Indonesi, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 15, Jilid ke 1, Jakarta: Erlangga.
- Trie Handayani, dan Sudiana. 2015. *Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta)* Analisis Penerapan Model UTAUT. Jurnal: Sekolah Tinggi Teknologi Nasional.

- Paul, J. Petter, dan Olson, Jerry C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2010. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2019. *Metode Penelitian*. Penerbit PUSTAKABARUPRESS, Yogyakarta.

Jurnal-Jurnal:

- Alalwan, Ali Abdallah. 2018. *Investigating the Impact of Social Media Advertising Features on Customer Purchase Intention* (Investigasi dampak fitur iklan media sosial pada niat pembelian pelanggan). *International Journal of Information Management: Universitas Terapan Al-Balqa, Sekolah Tinggi Perbankan dan Ilmu Keuangan Amman, Amman, Garam, Yordania*. Diterima: 5 Juni 2018.
- Henni Aprilia Sari, (2018). *Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Respon Konsumen Di Bandar Lampung*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung Bandar Lampung, Tahun 2018.
- Fasihatul Musliha. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam. (Studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2014-2016)*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 1440 H / 2018 M.
- Viny Putri Fauzi. 2016. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru*. Jurnal: Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru. JOM FISIP: Vol. 3 No. 1 Februari 2016.
- Deru R. Indika dan Cindy Jovita. 2017. *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Ntuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Jurnal Bisnis Terapan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran, Bandung. Volume 01, Nomor 01, Juni 2017.

Cahyaning Raheni. 2018. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa*. Jurnal: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palu. Vol. 5, No. 2, 2018.

Premi Wahyu Widyaningrum. 2016. *Peran Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang*. Jurnal: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Vol. 2, No. 2, Desember 2016.

Mila Setiawati. 2015. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian)*. Jurnal: Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian.

Wibasuri, Anggalia, 2019. *Model Sikap Calon Wisatawan terhadap Aplikasi Belanja Wisata Berbasis Online*. Desertasi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung Bandar Lampung, Tahun 2019.

Yusendra, M. Ariza Eka. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata bagi Wisatawan Domestik Nusantara*. Jurnal Magister Manajemen, Vol.01, No.1, Januari 2015.

Sumber: <https://pakarkomunikasi.com/pengaruh-media-sosial>), dikutip pada tanggal 19 Februari 2020, Pukul: 06:33 WIB.

Sumber: <bukugue.com/negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak>..

Sumber: <andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019>.

Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_Internet_Indonesia).

Sumber: <https://tekno.kompas.com/read/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>.

Sumber: <http://sumberdaya.ristekdikti.go.id/index.php/2018/01/30/era-revolusi-industri-4-0-saatnya-generasi-millennial-menjadi-dosen-masa-depan/>.

Sumber: <https://binus.ac.id/malang/2017/09/instagram-dan-gaya-hidup/>