

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, A. N., Suwandari, L., & Adi, P. H. (2019, October). Analisis Pengaruh Customer Experience, User Experience, Dan Hambatan Berpindah Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Go-Jek Di Kota Purwokerto). In *Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage* (Vol. 9, No. 1).
- ALWISOL. (2019). *Psikologi Kepribadian*. MALANG: Universitas Muhammadiyah Malang.
- ANDI. (2007). *Pemanfaatan Kamera Digital & Pengolahan Imagenya*. Yogyakarta.
- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). Tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *Journal of Nursing Care*, 3(1). <https://jurnal.unpad.ac.id/jnc/article/view/26928/13424>
- Bangsawan, I. R. (2023). *Mengembangkan Minat Baca*. Solo: PT Pustaka Adhikara Mediatama.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta:Media Kita
- ERYTA, A. P. S. (2013). *Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop)* (Doctoral dissertation, Faculty of Social Sciences and Political Science).
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi pada UMKM*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Griffin, D. (2013). *Education Reform: The Unwinding Of Intelligence and Creativity*. Australia: Springer International Publishing.
- Husain, C. (2014). Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam pembelajaran di SMA Muhammadiyah Tarakan. *Jurnal Kebijakan dan Pengembangan Pendidikan*, 2(2).
- Imamun, R. S. (2010, Desember 6). *Perubahan Minat Pada Masa Dewasa Dini*. Diambil kembali dari rimuu.wordpress.com: <https://rimuu.wordpress.com/2010/12/06/perubahan-minat-pada-masa-dewasa-dini/>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian melalui motivasi konsumen pada produk fast fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25-34.
- Kasih, A. P. A. (2019). *Pandangan Masyarakat Terhadap Foto Prewedding Dalam Undangan Pernikahan Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus*

Desa Semampir Kecamatan Banjarnegara Kabupaten Banjarnegara (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).

- Keller, K., & Lane. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Khatib, F. (2016). The impact of social media characteristics on purchase decision empirical study of Saudi customers in Aseer Region. *International Journal of Business and Social Science*, 7(4), 41-50.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Mahardhika, W. B., & Sunariani, N. N. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 13-27.
- Marselino, T. L. (2022). Kajian Ekspresi Diri pada Ruang Publik Dunia Maya dalam Perspektif Ontologis Layanan Internet World Wide Web. *KALBISCIENTIA Jurnal Sains Dan Teknologi*, 9(1), 14-23.
- MUHTAR. (2023, April 4). *Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. Diambil kembali dari uici.ac.id: <https://uici.ac.id/ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia/>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36-44.
- Musrifah. (2023). *Psikologi Perkembangan dan Peran Gender*. Jawa Tengah: NEM.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nasrullah, R. (2016). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nasrullah, R. (2020). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Puntoadi, D. (2011). Menciptakan Penjualan melalui social media. *Jakarta: PT Elex Komputindo*.
- Sekarani, R. (2010). Perubahan Minat pada Masa Dewasa Dini. <https://rimuu.wordpress.com/2010/12/06/perubahan-minat-pada-masa-dewasa-dini/>
- Sari, M. D. (2023). *Perilaku Konsumen*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Siahaan, N. (2005). *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*. Bogor: Grafika Mardi Yuana.
- Simanihuruk, P., Zilfana, Prahendratno, A., Tamba, D., Sagala, R., Ahada, R., . . . Rachman, S. H. (2023). *Memahami Perilaku Konsumen*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia .

- Slameto. (2003). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Sudirjo, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Amidis Di Semarang. *Serat Acitya*, 7(1), 12.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sugiyono, D. (2015). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Suhartatik, A. (2018). Faktor internal dan eksternal minat berwirausaha dan keberhasilan usaha pada UMKM di Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 15(1), 53-63.

