

DAFTAR PUSTAKA

- claudia, M. (2017). Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensifraktal Box Counting Dari Citra Wajah Dengan Deteksi Tepi Canny. *Mathunesa*, 2(6).
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, S. 2001. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Edisi Revisi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Cahya, F. N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Seni Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Tenun Samarinda Di Samarinda. *Psikoborneo*, 6(1), 910–917. Retrieved From Ejournal.Psikologi.Fisip-Unmul.Ac.Id
- Claudia M, S. &. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan Dengan Merek Aqua Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Uns. 1-19.
- Deliyanti, O, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo, Juli 2012.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hudha, A. N. (2018). Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli (Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Kuliner Pada Followers Akun @Kulinerdisolo Di Kota Surakarta Periode Maret – Juni 2018). 1-18.
- Journal, B. (2019, June). *Lengkapi Kebutuhan Wanita Indonesia, Make Over Perkenalkan Powerstay Demi-Matte Cover Cushion*.
- Kiranasari, B. Faktor-faktor Yang Menentukan Online Seller Memilih Situs Jejaring Instagram Sebagai Media Promosi Online. Tersedia: <http://ejournal.uajy.ac.id/5776/1/JURNAL.pdf>. Diakses 17 Maret 2020.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta : Erlangga
- Muhammad Fakhru Rizky Nst, H. Y. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14, 135-143.
- Purwati, M., & Rahmandani, A. (2018). Hubungan Antara Kelekatan Pada Teman Sebaya Dengan Stres Akademik Pada Mahasiswa Teknik Perencanaan Wilayah Dan Kota Universitas Diponegoro Semarang. *Jurnal Empati*, Volume 7 (Nomor 2), Halaman 28-39.
- Rahayu, D. W. S. (2005). *Merek Sebagai Pendorong Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over Di Kota Blitar*. 1–16.
- Santrock, J. W. (2012). *Lifespan development jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

- Sholihah, A. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta).
- Solis, Brian. (2010). Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Sumiati, U. H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 31-48..
- Tashandra, N. (2018). *No Title*. Retrieved From [Http://Lifestyle.Kompas.Com](http://Lifestyle.Kompas.Com)