

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipata
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Kotler, Philip, dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nugroho, T .A., & Farah, C .A. (2022). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.do*. Jakarta: Jurnal Pustaka Komunikasi. Vol 5, No 1.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Shoelhi, Mohammad. 2009. *Komunikasi Internasional Perspektif Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Jurnal

- Alika, R. (2020). *Survei: 54% UMKM Pakai Media Sosial Untuk Pacu Penjualan Saat Pandemi*.
- Badudu, J S DAN Muhammad Zein. 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*
- Denis McQuail. 1987. *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Jakarta: Erlangga.
- Elena, C. A. (2016). *Social media – A strategy in developing customer relationship management*. *Procedia Economics and Finance*, 39, 785-790.
- Fitri Kusuma Diana dan Syahriar Sugandii, Mohamad. (2018). *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital*.

- Georgescu, M., & Popescul, D. (2015). Social Media – The New Paradigm of Collaboration and Communication for Business Environment. *Procedia Economics and Finance*, 20(2012), 277–282.
- Hidayatullah,S.(2020). Memahami Jenis-Jenis Media Sosial.
- Kismono, G, 2011. *Bisnis Pengantar*, Edisi Kedua. Diterbitkan oleh BPFE.Yogyakarta.
- Larasati, D., & Nazaruddin, M. (2016). *Potensi Wisata dalam Pembentukan City Branding Kota Pekanbaru*. *Jurnal Komunikasi*. 10(2)
- Miles and Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta.
- Nicolas Alarcón, C., Urrutia Sepúlveda, A., Valenzuela-Fernández, L., & Gil-Lafuente, J. (2018). Systematic mapping on social media and its relation to business. *European Research on Management and Business Economics*, 24(2), 104–113.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT.alex Komputindo.
- Rizky Nurul & Setiawati Sri Dewi. (2020). *Penggunaan Media Sosil Instagram Haloa Café Sebagai Komunikasi Pemasaran Online*.
- Srigati, B., Sriyanto, Y. P., & Fatimah, D. N. (2020). *Penggunaan New Media Instagram Oleh Batik Girli Lumajang Dalam Memasarkan Produk Kain Batik Tulis Tahun 2020*. *Jurnal In Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu* (Vol. 2, No. 1, pp. 125-128).
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta