

DAFTAR PUSTAKA

- Adhanisa, Chikameirani, & Anna Fatchiya. 2017. "Efektivitas Website Dan Instagram Sebagai Sarana Kawasann Wisata Berbasis Masyarakat." *Junal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat* 1, no. 4.
- Aiwan, Natasia Birgita, and Jessica Elisabeth. 2017. "Analisa Efektifitas Komunikasi Pemasaran Interaktif Melalui Instagram Menggunakan Customer Response Index (Studi Pada Kafe De Mandailing)." *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 5, no. 2.
- Bjorkgren, Caroline. 2012. "Kommunicera Ratt Med Instagram." New York: Routledge.
- Bolton, R.N. 2013. Understanding Generation Y And Their Use Of Social Media: A Review And Research Agenda. *Journal Of Service Management*. Manag. 24, 245–267.
- Bungin, Burhan. 2011. Metode Penelitian Kualitatif, RT. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Choerunnisa, Siti, & Aat Ruchiat Nugraha. 2020. "Pengelolaan Instagram Oleh Humas PLN Unit Induk Distribusi Jawa Barat Dalam Meningkatkan Informasi Publik." *Jurnalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal* 2, no. 2.
- Debicka. 2014. "Internet Marketing In Hotels Dilemas and Challenges of Web Pages Building." *Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opattija* : 1–2.
- Evans, Dave & Jake Mckee, 2010, *Sosial Media Marketing, Indianapolis*, Wiley. Publising, Inc.
- Seo, Eun-Ju, & Jin-WooPark. 2018. "A Study On The Effects Of Social Media Marketing Activities On Brand Equity And Customer Response In The Airlaine Industry ". *Journal of Air Transport Management*.
- Reza, Fakri & Saifuddin Zuhri. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Eji Coffee Corner Cabang Purimas Surabaya Dalam Meningkatkan Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 5 No. 1*.
- Hanafi, Agustina, & Zakaria Wahab. 2016. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Pengunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Perpanjangan Sewa Penyewa Kios Di Palembang Square Mall (Ps Mall)." *Jurnal Manajemen* 20, no. 3: 467–478.
- Hanifah, N., & Rahadi, D. R. 2020. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi COVID- 19. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2).
- Enberg, Jasmine. 2020. Influencer Marketing in the Age of Covid-19 (how brands and creators are adapting to a 'New Normal'). *Article E-Marketer*.

- Kardini, Rifka Widia, Nisyak, Hoirun, & Pratiwi Miftha. 2021. *Pemanfaatan Food Photography Dalam Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Di Era Pandemi Covid-19*. Undergraduate Thesis, Sriwijaya University.
- Kelly, L., Kerr, G. & Drennan, J. 2010. Avoidance Of Advertising In Social Networking Sites: The Teenage Perspective. *Journal Of Interactive Advertising*, 10(2), Pp.16-27.
- Kotler, Philip, Garry, and Armstrong. 2014. *Principles of Marketing*. 12th Editi. Jakarta: Erlangga.
- Luthfiyatilah, Afifah Nur Millatina, Sitti Hamidah Mujahidah, & Sri Herianingrum. 2020. “Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian.” *Jurnal Penelitian IPTEKS* 5, no. 1.
- Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morisson. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grub.
- Wahab, Muhammad Fajar, *et al.*, 2021. *Instagram Sebagai Media Promosi Coffee Shop*. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK) Volume 1 No 2*.
- Yusuf, Muri. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Neti, Sisira. 2011. Social Media And Its Role In Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems* ISSN. 1:1-15.
- Prayogo, Akbar. 2015. *Komunikasi Pemasaran Usaha Kuliner Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Deskriptif Kualitatif Kegiatan Komunikasi Pemasaran Cafe “Gerobak Cokelat” dalam Menghadapi Persaingan di Kota Solo)*. Other thesis, Universitas Sebelas Maret.
- Rafiah, K.K. 2020. Review Strategi Pemasaran Efektif Untuk UMKM Kedai Kopi Dalam menghadapi Masa Pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 16(2), 30-38.
- Rahmania, Nadya Zsalsabilla, & Indra N.A Pamungkas. 2018. “Komunikasi Interpersonal Komunitas Onlin Www.Rumahtaaruf.Com.” *Jurnal Manajemen Komunikasi* 3, no. 1.
- Santoso, Amanda Putri. 2017. “Pengaruh konten post Instagram terhadap online Engagement. Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita”. Skripsi.Institusi Teknologi Sepuluh November.
- Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Bandung : R&D*.
- Tjiptono, and Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.

Tsitsi, e. a. 2013. The Adaption of Social Media Marketing in South African Banks.
European Business Review. Vol, 25.a