

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I ,2020, *Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 10, no.1, 17-31.
- Abdhul, Yusuf, 2022, *Metode Observasi: Pengertian, Macam dan Contoh*.
- Abdussamad, H Zuhri, 2021, *Metode Penelitian Kualitatif* , Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Adhianti, A. A., & Herlinda, H ,2020, *Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. Scriptura*, vol. 10, no. 1, 34-42.
- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiholan, L. B, 2018, ‘*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang*’. *Journal of Management*, vol 4 no 4.
- Anggito, A., & Setiawan, J ,2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ariyani, Rika. 2022. *Dokumentasi adalah: Pengertian, Jenis dan Keunggulan Menggunakan Metode Dokumentasi*. [www.rikaariyani.com](http://www.rikaariyani.com) diakses pada tanggal 17 Mei 2023
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A .2021, ‘*Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online*’, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol 5, no 3.
- Agassi, Farhan, 2020, *Kenapa Butuh Instagram Ads? Apa Manfaat Untuk Bisnis?*  
<https://toffeedev.com/blog/kenapa-butuh-instagram-ads-apa-manfaat-untuk-bisnis/>
- Chandra, F. *Social Media Marketing, Strategi Memaksimalkan Media Sosial*. DIVA PRESS.
- Chakti, G, 2019, *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* ,Vol. 1, Celebes Media Perkasa.
- Chikameirani Adhanisa & Anna Fatchiya, 2017, “Efektivitas Website dan Instagram Sebagai Sarana Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat”. *Jurnal Sains dan Pengembangan Masyarakat* 1 no 4.

- Cinthya ,2022, Insight Instagram: Pengertian, ,Fitur dan Manfaatnya. Diakses pada tanggal 1 Juli 2023.
- Dewi, R. C. P ,2020, *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Mmedia Instagram (Studi Kasus Pemasaran Produk Pada Akun Instagram@ Homedia. id)*, *Doctoral dissertation*, IAIN Ponorogo.
- Edi, F. R. S ,2016, Teori Wawancara *Psikodignostik*. Penerbit LeutikaPrio.
- Elisa, Irukawa, 2023, Pengertian Objek Penelitian, Diakses pada tanggal 18 Mei 2023.
- Fanani, Muhammad Farih, 2022, Instagram Adalah Media Sosial Berbasis Foto dan Video, Pahami Fungsi dan Fiturnya. <https://www.merdeka.com/sumut/instagram-adalah-media-sosial-berbasis-foto-dan-video-simak-penjelasan-nya-kln.html>, Diakses 24 Juni 2023.
- Fauzi, C. B., Mandey, S. L., & Rotinsulu, J. J ,2022, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing di *Coffee Shop* Pulang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 10, no. 2.
- Gama, M. A ,2019, Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Tjankir 13. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, vol. 7, no. 2.
- Garaika, G., & Feriyan, W ,2019, Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Aktual*, vol 16, no 1.
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E ,2016, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Valuta*, vol 2, no.2 , 286-303.
- Handaruwati, I ,2018, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online*. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, vol. 3, no.1.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D ,2022, *Strategi Pemasaran. Konsep, Teori dan Implementasi*. *Pascal Books*.
- Haris Herdiansyah, Wawancara, Observasi dan Focus Group, Jakarta: PT RajaGrafindo, Persada.
- Hardiawanto, H., & Hamdayama, J ,2021, *Dasar-dasar penelitian sosial* .
- Huang, Rico, 2017, Inilah 4 Manfaat Instagram Ads yang Wajib Diketahui Oleh Pebisnis Online. <https://www.alona.co.id/social-media/cara-bisnis-instagram-2/>, Diakses pada tanggal 01 Juli 2023.

- Indika, D. R., & Jovita, C ,2017, Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, vol 1, no. 01, 25-32.
- Irawan, R ,2018, Prosedur Administrasi Penjualan Pada Usaha Jaya Teknika Jakarta Barat. *Perspektif: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, vol 16, no 1.
- Kusniadji, S ,2016, Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk *Consumer Goods* (Studi kasus Pada PT *Expand Berlian Mulia* Di Semarang. *Jurnal Komunikasi*, vol 8, no. 1, 83-98.
- Kusumasari, R. N., & Afrilia ,2020, ‘Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu J&C *Cookies* Bandung Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Sains Manajemen*’, vol 2, no 1.
- Luttrell, Regina ,2019, Social Media: How to Engage, Share, and Connect, Lanham: Rowman & Littlefield, Third Edition.*
- Lindawati, S., & Hendri, M ,2016, ‘Penggunaan Metode Deskriptif Kualitatif Untuk Analisis Strategi Pengembangan Kepariwisata Kota Sibolga Provinsi Sumatera Utara. In *Seminar Nasional APTIKOM (SEMNASTIKOM), Hotel Lombok Raya Mataram* ‘.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M ,2020, Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, vol. 2 no. 1 , 1-9.
- Masrukin, 2017, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Kudus: Media Ilmu Press.
- Murdiyanto, Eko ,2020, *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UPN ”Veteran” Yogyakarta Press.
- Natalia, P., & Mulyana, M ,2014, *Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.
- Natalia, *Pengertian Produk Jenis, Tingkatan, dan Konsep Produksi menurut Ahlinya*, <https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-produk/>.
- Nerissa, Geofanni A, 2020, 4 Fungsi Menarik Poling Instagram Yang Bisa Diperhatikan Pengikutmu, Diakses pada tanggal 01 Juli 2023.

- Nisa, Sinta Choirun, 2023, *Pengertian Pemasaran Online Menurut Para Ahli*, Diakses pada tanggal 22 Juni 2023.
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C ,2022, ‘ *Pemanfaatan instagram sebagai media promosi social commerce usaha bro* ‘. Jurnal Pustaka Komunikasi, vol. 5 no.1 , 136-149.
- Nursyafitri, Gita Delyani, 2022, Pengertian Data Sekunder, <https://dqqlab.id/pengertian-data-sekunder-menurut-beberapa-ahli> , Diakses pada tanggal 24 Mei 2023.
- Patria, Ratna, 2020, Cara Membuat Caption Untuk Meningkatkan Engagement. <https://www.domainsia.com/tips/meningkatkan-engagement-instagram/> , Diakses pada tanggal 28 Mei 2023.
- Prajarini, Dian ,2020, *Media Sosial Periklanan-Instagram*. Deepublish.
- Pramudyatama, Yuda, <https://whello.id/tips-digital-marketing/manfaat-instagram-ads-yang-wajib-diketahui-pebisnis-online/>, Diakses 24 Juni 2023.
- Ramadan, A., & Fatchiya, A ,2021, Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Produk" Rendang Uninam". Jurnal *Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, vol. 5, no. 1, 64-84.
- Ramadhan, Hikmah , Ce Gunawan & Muhammad Taslim ,2020, Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Krispy Yammy Babeh.
- Rizkananta, Falih Aqih ,2020, *Studi Pengaruh Karakteristik Ruang Pasar Tradisional Dan Modern Terhadap Kenyamanan Konsumen Studi Kasus: Pasar Gede Dan Rita Pasaraya Kota Cilacap*. Vol 9, no. 6.
- Santoso, A.P ,2017, *Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita* , Doctoral Dissertation , Insitut Teknologi Sepuluh November.
- Saputro, Puput. 2021. 3 Cara Repost Story IG Dengan Gampang dan Praktis, <https://plus.kapanlagi.com/cara-repost-story-ig-dengan-mudah-dan-praktis-bisa-jadi-bentuk-apresiasi-postingan-teman-f89b23.html>, Diakses pada tanggal 1 Juli 2023.
- Saleh, Sirajuddin, 2017, *Analisis Data Kualitatif*, Pustaka Ramadhan, Bandung.
- Setiadi, A ,2016, Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*.

- Sri Elwani, R, Firman Kurniawan ,2020, Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi*, Vol 12.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono, 2016, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung, CV Alfabeta.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung, Alfabeta.
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A ,2019, Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan, hh 43
- Tanjiliiia, Nurjanah ,2022, Pengertian Pemasaran Online Menurut Para Ahli. Diakses pada <https://www.teknatekno.com/author/tanjiliiia>, Diakses 10 Mei 2023.
- Tartilah, Shofa. 2014. Kampanye Genius Coca-Cola. <https://mix.co.id/imc-solution/kampanye-genius-coca-cola/>. diakses pada tanggal 21 Juni 2023.
- Tysara, Laudia, 2021, 10 Penegertian Promosi Menurut Para Ahli, <https://www.liputan6.com/hot/read/4702723/10-pengertian-promosi-menurut-para-ahli-ketahui-tujuan-bentuk-dan-strateginya>, Diakses 24 Juni 2023.
- Vernia, D. M ,2017, Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, vol 1, no. 2, 105-118.
- Wijaya, M. H ,2013, Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, vol.1, no 4.
- Yusra, Z, Zulkarnain, R., & Sofino, S, 2021, Pengelolaan Lkp Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jornal Of Lifelong Learning*, vol 4 ,no 5.
- [www.sampoernauniversity.ac.id](http://www.sampoernauniversity.ac.id) , diakses pada tanggal 21 Mei 2023
- [www.ireappos.com](http://www.ireappos.com), diakses pada tanggal 21 Juni 2023