

## DAFTAR PUSTAKA

- Anas, A. T. (2017). Pengaruh Hubungan Berkelanjutan terhadap Kesetiaan Nasabah di BMT NU Cabang Pragaan Kabupaten Sumenep. *Ekonomi, Jurnal*, 4(1).
- Anggriani, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Pt. Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *Eprints.Radenfatah.Ac.Id/*, 59. <http://eprints.radenfatah.ac.id/1505/>
- Anoraga, B. (2020). Pengaruh Kesadaran Iklan Terhadap Respon Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Traveloka Di Surabaya Dengan Pemediasi Ekuitas Merek. *STIE Perbanas Surabaya*, 0–16.
- Apriani, S. (2020). pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Songket Palembang dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Kain Songket Pipit Songket Palembang. *Repository.Radenfatah.Ac.Id*, 68(1), 1–12.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001><https://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003><http://dx.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>
- Augustinah, F., & Widayati. (2019). Produk-Produk Yang Ditawarkan. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 1–20.
- Aulia, A. R. (2019). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 1,2, 3(3), 70. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Dwirinanti, R. A. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan. *Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 5(69), 5–24.
- Fadli, R. (2021). Eksploitasi Seksual Komersial Anak di Indonesia. *Medan, Restu Printing Indonesia, Hal.57*, 21(1), 33–54.  
<https://doi.org/10.21831/hum.v2i1i1>.
- Fatmawati, S. (2018). PENGARUH IKLAN MODEL AIDA (attention, interest, desire, action) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI



- Pembentukan Identitas Diri Generasi Z Atau Ibeneration Di Desa Cawas. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 25(1), 1–9.
- Randa, Y. (2016). Pengaruh Katalog Online Shop di Instagram Dan Status ekonomi Terhadap Perilaku Konsumen. *Ilmu Komunikasi, Sebelas Maret Surakarta, May*, 31–48.
- Rusmasari, Y. R., Adam, M., & Widiyanti, M. (2018). Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep Aida Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Tiket Asian Games Tahun 2018 Di Kota Palembang. *Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sriwijaya*, 1–8.
- Sudirman, N. H. O., Taurusyanti, D., & Yusnita, N. (2021). Hubungan Lingkungan Kerja dengan Kinerja Karyawan pada Sahira Butik Hotel. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 6(3), 1–13.
- Trinoto, A. A. (2019). Efektifitas Media Sosial sebagai Alat Promosi pada Sekolah Menengah Kejuruan di Bekasi. *STRING (Satuan Tulisan Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 3(3), 231. <https://doi.org/10.30998/string.v3i3.3580>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Utari, M., & Rummyeni, R. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya*. 4(2), 1–22.
- Wahyuni, Y. (2021). Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada Kantor Samsat Di Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. *Journal.Rc.Communications.Com*, 1(1), 30–41. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/10736%0Ahttps://repository.uir.ac.id/10736/1/179110146.pdf>
- Zuhri, M. A. M., & Christiani, L. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI LIBRARY BASED COMMUNITY (STUDI KASUS KOMUNITAS PERPUSTAKAAN JALANAN SOLO @Koperjas). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(2), 21–30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22899>