

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Amstrong, & Kotler. (2010). *Principles Of Marketing* (13rd ed.). New Jersey: Upper Saddle River: Person Prentice Hall.

Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana

Chris Heuer dalam Solis, (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey, Canada

Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.

Keraf, Gorys. 2008. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

M. J. Langeveld (1995), *Pengertian Edukasi*

Moleong, 2011, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosda.

McCarthy, E.Jerome dan William D. Perreault, JR. (1996) *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga

McQuail, Dennis. (2010). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publication

Morgan, M. R. & Hunt, D. S (1994). *The Commitment-Trust Theory Of Relationship*

Marketing. The urnal of Marketing. Vol. 58 (July 1994), hal. 20-38

Nasrullah, Rully. (2016). *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya Dan*

Sosioteknologi, Penerbut Simbiosis Rekatama Medika, 143

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan*

Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung :

Alfabeta.

Sulianta F. (2015). *Keajaiban Sosial Media (Miracle of social media)*. In Jakarta: Elex
Media Komputindo. PT Elex Media Komputindo.

Tjiptono, Fandi. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI

Sumber Journal:

Alamsyah, N., & Saino, S. (2021). *Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian*. *Akuntabel*, 18(4), 624–634.
<https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9888>

Alfina, A., Khoirina, M. M., & Nastiti, T. A. (2020). *Pelatihan Digital Marketing bagi Entrepreneur Di Kota Gresik*. *Jurnal Abdidias*, 1(6), 797–804.
<https://doi.org/10.31004/abdidias.v1i6.166>

Almadina, P., Tresna, P. W., Jamil, N., & Novel, A. (2023). *Strategi Sosial Media Marketing Untuk Menggunakan Layanan PT POS INDONESIA*. *Organisasi Dan Manajemen Bisnis Logistik*, 01(01), 113–137.

Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). *Analisa Engagement Rate Di Instagram :*

- Fenomena Like Dan Komentar. Media Manajemen Jasa*, 9(1), 1–10.
- Arbi, F., & Indra Dewi, S. (2019). *Pengaruh media sosial instagram terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi kamera indonesia malang*. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2), 69–74.
- Astajaya, I. K. M. (2020). *ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Sosial Budaya*, 15(1), 14.
- Augustinah, F., & Widayati. (2019). *Produk-Produk Yang Ditawarkan*. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 1–20.
- Cahyani, I. A., & Hanifa, F. H. (2022). Analisis Dan Pengembangan Konten Media Sosial Marketing Pada Instagram @Herbalhayatii Tahun 2022. *E-Proceeding of Applied Science*, 8(5), 363–369. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital->
- Dewi, N. M. P., Imbayani, G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Jurnal Emas*, Vol. 2 No(ISSN : 2774-3020), 1–15. www.validnews.id,
- Diswarina, B. (2022). Penerepan Media Sosial Instagram Wedding Organizer Dalam Menarik Minat Konsumen. *Repository.Unsri.Ac.Id*.
- Giantika, G. G. (2019). Strategy Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Penjualan Fashion Muslim Online (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @zilohijab). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 169–175. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i2.6219>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>

- Mamoto, F. W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mubarokah, A., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram* 6(2), 4881–4892. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.24614>
- Muji, T., Noviriyani, P., Terapan, F. I., Telkom, U., Yusiana, R., Terapan, F. I., Telkom, U., Engagement, C., & Sosial, M. (2022). *Analisis Customer Engagement Pada Media Sosial Instagram Pada Riyani The Label Tahun 2022* *Customer Engagement Analysis On Social Media Instagram On Riyani The Label In 2022*. 8(5), 327–338.
- Putri Permata, A. R. (2022). Penggunaan Instagram Dalam Mempromosikan Eatlah Semarang. *Usm.Ac.Id*.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rizki, M. F., Muhammad, A., & Fadholi, R. (2022). Jurnal Pendidikan dan Sastra Inggris Penggunaan Bahasa Indonesia di Media Sosial Instagram. *Pendidikan Dan Sastra Inggris*, 2(3). <https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/SENARILIP/article/view/860%0Ahttps://ojs2.pnb.ac.id/index.php/SENARILIP/article/download/860/445>
- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(4), 179–186. <https://doi.org/10.36782/jemi.v2i4.1925>
- Suparjo. (2019). Optimalisasi Komitmen Relasional Melalui Research Gap 2 . Telaah Pustaka Dan Hipotesis. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 6 No.1, 1–15.
- Susandhika, I. (2022). Diksi dan Gaya Bahasa dalam Lirik Lagu Rizky Febian Berjudul

Hingga Tua Bersama. ... *Riset Linguistik Dan Pengajaran Bahasa*, October.
<https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/SENARILIP/article/view/860%0Ahttps://ojs2.pnb.ac.id/index.php/SENARILIP/article/download/860/445>

Suwendra, I. W. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan. In *NilaCakra Publishing House, Bandung*. yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf

Ummah, R. A., Zakiyati, Q., Balqis, S. S., & Rohmatul Laili, W. N. (2022). Tinjauan Marketing Online @taqychansaffron Pada Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 376.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4068>

Winda, H. (2022). Analisis Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Membangun Bisnis Online Di Palugadaesthetic Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 10(4), 85–97.

