

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA ANALYTICS PADA INSTAGRAM DALAM PENINGKATAN EFEKTIVITAS PEMASARAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 1 - 11.
- Alfansyur , A., & Mariyani. (2020). SENI MENGELOLA DATA: PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK, SUMBER DAN WAKTU PADA PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Arnus, S. H. (2015). COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION (CMC), POLA BARU BERKOMUNIKASI. *Al-Munzir*, 8(2), 275-289.
- Barlutions. (2022). Business Plan Laundry Sepatu Berbasis Online. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 05(03), 151-166.
- Fatona, S. (2010). Kualitas Jasa Yang Mempengaruhi Loyalitas Dan Relevansinya Terhadap Kepuasan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 1(1), 41-46.
- Febriani , N. (2021). Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Celebrity Endorsement di Instagram Terhadap Generasi Z. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 238-258.
- Febriani , O. M., Putra, A. S., & Nabila , M. (2021). Sistem Customer Service Cuci Bersih Pada Toko Sepatu Lampung Berbasis Android. *Jurnal Teknika*, 15(01), 71-79.
- Firmansyah, M. A. (2022). *Buku Komunikasi Pemasaran* . Qiara Media .
- Handayani , F., & Widaningsih , S. (2021). Analisa Promosi Media Sosial Instagram Menggunakan Promotion Mix (Studi Kasus Produk Galleraj Di Kota Bandung Tahun 2021) Instagram Social Media Promotion. *e-Proceeding of Applied Science*, 7(5), 1044-1051.

- Hanna , R., Rohm , A., & L. Crittenden , V. (2011). We're all connected :The power of the social media ecosystem. *Business Horizon*, 265-273.
- Harahap, Z. P., Arwin, Yuliana, Nugroho, N., & Ivone. (2021). Analisis Motivasi Kerja Karyawan di CV. Fawas Jaya Medan . *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)* , 507 – 511.
- Irawan , W. (2015). User Acceptance dan Media Richness pada Video Conference dalam Kehadiran Bersama secara Sosial (Social Co-presence). *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 4(1), 15-26.
- Isman , Patalo , R. G., & Pratama , D. E. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Ekuitas Merek, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 30-36.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 21(1), 1-8.
- Krisnawati, S.Sos., M.I.Kom, E. (2016). Perilaku Konsumsi Media Oleh Kalangan Remaja Dalam Pencarian Informasi (Studi Kasus Perilaku Remaja di Kota Salatiga dalam Penggunaan Media Dalam Perspektif Teori Ketergantungan Media). *Jurnal Komunikatif*, 5(1), 43-69.
- Lestari, D. P. (2020). Analisis Strategi Insternet Marketing Butik Online Di Surabaya Melalui Instagram. *Commonline Departemen Komunikasi*, 4(2), 412-424.
- Martha, Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Instagram. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26-32.
- Meofilina, A. (2021). INSTAGRAM REELS SEBAGAI MEDIA SELF DISCLOSURE MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Balitar Blitar). *Komunika*, 11(2), 43-57.

- Moriansyah, L. (2015). PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL: ANTECEDENTS DAN CONSEQUENCES SOCIAL MEDIA MARKETING: ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES. *rnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 187-196.
- Nathannael , & Setyawati , C. Y. (2018). Eksplorasi Kualitas Layanan Pada Bisnis Clean. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4, 522-532.
- Noor, M. U. (2019). Wawasan Dalam Hashtag: Telusur Informasi Wisata Halal Melalui Hashtag #WisataHalal di Instagram. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 3(1), 55-65.
- Nugroho, M. W. (2022). Perspektif Mahasiswa Terhadap Literasi Digital di Aplikasi Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Literasi*, 6(1), 26-35.
- Nurul Izra, N. S. (2022). Strategi Komunikasi Konten Digital Akun Instagram @proud.project sebagai Media Storytelling bagi Millennial. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(7), 2220-2229.
- Oktaviani, F., & Pratiwi, R. (2022). Strategi Komunikasi Bisnis @alunicorn\_id Melalui Platform Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 67-77.
- Pambudi, B. S. (2018). Penerapan Etika Bisnis Pada Usaha Kecil Dan Menengah Melalui Pemanfaatan Computer Mediated Communication/Media Sosial Instagram. *Seminar Nasional dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage*, 1-8.
- Pradiatiningtyas, D. (2020). Peran Instagram Sebagai Pemasaran Digital Kain Tenun Lurik ATBM Klaten. *Journal Speed*, 12(1), 1-7.
- Pratiwi , N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202-224.

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Soerono, A. N., & Tjahjono, M. S. (2019). Pengaruh Media Richness Terhadap User Trust dan Persepsi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 20-38.
- Sulaeman, D., & Frantana, M. A. (2022). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Konsumen Laundry Sepatu D'Shoes Care Bekasi. *Jurnal Interpretasi*, 3(1), 1-10.
- Talika, F. T. (2016). MANFAAT INTERNET SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BAGI REMAJA DI DESA AIR MANGGA KECAMATAN LAIWUI KABUPATEN HALMAHERA SELATAN. *e-journal "Acta Diurna"*, V(1).
- Trianah, L., Pranitasasi, D., & Marichs, S. Z. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D'Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan). *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105-122.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Wahyudin, D., & Adiputra, C. P. (2019). Analisis Literasi Digital Pada Konten Instagram @infinitygenre. *Jurnal Wacana*, 18(1), 25-34.