

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk perancangan strategi pemasaran*.
- Agasi, M. R. (2017). *Estetika Fotografi Still Life Pada Produk Online Shop Folk Store*. <https://core.ac.uk/download/pdf/132421758.pdf>
- Amanda Desty. (2021). Reworked Fashion, Fashion yang Ramah Lingkungan Agar Bumi Sehat Kembali. In *Amandadesty.Com*.
<http://www.amandadesty.com/2021/10/reworked-fashion-fashion-yang-ramah-lingkungan-agar-bumi-sehat-kembali.html>
- Arikunto, S. (2010). Metode penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta*, 173.
- Babang, R. R., & Rinata, A. R. (2019). *Jurnal Komunikasi Nusantara Strategi Komunikasi Pemasaran Sentra Tenun Prailiu dalam Meningkatkan Penjualan Kain Tenun Sumba Timur Jurnal Komunikasi Nusantara*. 1(2), 82–89.
- Basu, S., & Irawan, H. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ke-2*. Yogyakarta: Penerbit Liberty Offset.
- Djaelani, A. R. (2013). Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. *Majalah Ilmiah Pawiyatan*, 20(1), 82–92.
- Enterprise, J. (2014). *Instagram untuk fotografi digital dan bisnis kreatif*. Elex Media Komputindo.
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. 1(2).
- Jauharoh. (2021). PERAN FOTOGRAFI DALAM MENINGKATKAN PENJUALANONLINE SHOP RIBERA BABY SHOP. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Kanzunnudin, M. (2009). Konsep Penjualan Versus Konsep Pemasaran. *Fokus*

Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 4(2).

Karyadi, B. (2017). *Fotografi: Belajar Fotografi*. NahlMedia.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.

Moleong, L. J. (2014). Metode penelitian kualitatif edisi revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moleong, L. J. (2017). Metode penelitian kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Pratama, N. E. 2021. (2021). *Penggunaan Fotografi di Instagram Sebagai Sarana Promosi Cosmic Distro*.

Puji Rismayanti. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi Pada Akun Instagram @kedai_digital)*.

Rachmansyah, M., & Supratman, L. P. (2020). Peran Media Instagram Dalam Memasarkan Produk Fashion Dollies the Role of Instagram in Marketing Fashion Product Dollies. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 24(1), 73–90.

Ruslan, R. (2004). Metode Penelitian Public Relations. Jakarta: PT. Raja Grafin.

Shabrina, A. (2021). Pemanfaatan E-Marketplace sebagai Bentuk Pemberdayaan UMKM dalam Menghadapi Revolusi Industri 4. 0. *Connected Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 59–70.

Sofjan, A. (2014). Manajemen pemasaran. *Raja Grafindo Persada: Jakarta*.

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.