DAFTAR PUSTAKA

Agus Hermanto. 2016. *Produksi Iklan*. ed. Oktaviana Purnamasari. Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia.

Aliza Sherman, and Danielle Smith Elliott. 2013. *Social Media Engagement For Dummies*. Jhon Wiley & Sons, Inc.

Amrihani, Haresti Asysy, and Rajab Ritonga. 2021. "Nikmat Kopi Dan Budaya Konsumerisme Dalam Status Sosial Masyarakat Kota." *Warta ISKI* 4(2): 89–98. doi:10.25008/wartaiski.v4i2.133.

Annisa, Zahra Nur, Dhyah Wulansari, and Media Promosi. 2024. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di Staffee.ca Bouquet Sidoarjo." 6(4): 1–9.

Arif, Zuhri, and Syah Wardi. 2024. "PERKEMBANGAN DAYAH DALAM TRADISI MASYARAKAT ACEH : Kontribusi Kualitas Pendidikan Masyarakat." 5(5): 731–41.

Atmoko, Dwi. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

B. Bachri. 2010. "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif." *Teknologi Pendidikan* 10: 46–62.

Bintang Nurijadi, Novida Irawan, Fransiska Fransiska, and Ambarwati Ambarwati. 2024. "Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Melalui Media Sosial Instagram 'Nona Judes.'" *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3(3): 259–70. doi:10.54259/mukasi.v3i3.3076.

Erlina, Puji, and Felicia Tiffani Kojongian. 2024. “Penjualan Produk Secara Global Dengan Memanfaatkan Media Sosial Instagram.” *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 1(2): 37–42. https://doi.org/10.62017/wanargi.

Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wassil, Sri Jumiyati, Leli Honseti, Sri Wahyuni, Erland Mouw, Jonata, et al. 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. ed. Yuliatri Novita. PT Global Eksekutif Teknologi.

Harinie, Luluk Tri. 2024. *Pemasaran Digital*. ed. Miko Andi Wardana. Intelektual Manifes Media.

Irianti, Hana, Astari Clara Sari, Rini Hartina, Reski Awalia, and Nurul Ainun. 2018. “Komunikasi Dan Media Sosial.” *Jurnal The Messenger*. https://www.researchgate.net/profile/Astari-Clara-Sari/publication/329998890_KOMUNIKASI_DAN_MEDIA_SOSIAL/links/5c2f3d83299bf12be3ab90d2/KOMUNIKASI-DAN-MEDIA-SOSIAL.pdf.

Kuswandy, Jonathan, and Sisca Aulia. 2022. “Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Online Shop (Studi Kasus Online Shop Mishalot Florist).” *Kiwari* 1(3): 415–23. doi:10.24912/ki.v1i3.15752.

Magdalena, I., Khofifah, A., & Auliyah, F. 2023. “Konsep Proposal Penelitian Dengan Jenis Penelitian Kualitatif Pendekatan Deskriptif.” *Cendekia Pendidikan* 2(5): 10–20. https://ejournal.warunayama.org/index.php/sindorocendikiapendidikan/article/view/769.

Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Nur Asnawi, and Masyuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*.

Malang: UIN-Malang Press.

Nuraini. 2018. “Jenis Jenis Media Audio Visual.” *Gastronomía ecuatoriana y turismo local.* 1(69): 5–24.

Philip Kotler, and Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Pradekso, Tandiyo, and Bayu Widagdo. 2019. “Mengenal Media Audiovisual.” 2: 1–30.

Pujana Mahendra, Dimas, and Rah Utami Nugrahani. 2021. “Pengaruh Social Media Marketing Activities Terhadap Brand Awareness Hearo Di Instagram the Influence of Social Media Marketing Activites To Hearo’S Brand Awareness on Instagram.” *Open Journal eProceedings of Management Telkom University* 8(3).

Riska Amalia, Siti Syaodah, Susilawati Susilawati, and Riki Gana Suyatna. 2023. “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo.” *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* 2(1): 295–301. doi:10.61132/manuhara.v2i1.568.

Septiani, Vina Ayu, Cici Ika Wijayanti, Umiana Larasati, Amira Khansa Nazhiifah, and Saifuddin Zuhri. 2024. “Analisis Perilaku Konsumen Pada Kopi Keliling Sebagai Alternatif Gaya Hidup Gen Z.” 5(4).

Siskawati, M. 2010. “Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Upaya Membangun Ekuitas Merek Hotel Lor in Business Resort & Spa Surakarta.” : 1–110.

Surokim, Yuliana Rakhmawati, Catur Suratnoaji, Muhtar Wahyudi, Tatag

Handaka, Bani Eka Dartiningsih, Dinara Maya Julijanti, et al. *Riset Komunikasi: Stratgi Praktis Bagi Peneliti Pemula*. ed. Surokim. Pusat Kajian Komunikasi Publik.