

DAFTAR PUSTAKA

- Adoe, V. S., Yusufiana, M., Diana, A., Lubis, R., & Harahap, M. (2022). *Buku Ajar E-Commerce* (A. Leonardo, Ed.; 1st ed., Vol. 1). CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Anggito, A., & Setiawan, J. S. P. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (E. D. Lestari, Ed.). Cv Jejak.
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa. *Peurawi*, 4, 107.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9.
- Budianti, R., & Rina, N. (2019). *Komunikasi Kontemporer Dan Masyarakat* (W. P. Sari & L. Irena, Eds.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Budiharjo, B. (2023). *Memukau Khalayak Dengan Buklet Promosi Pariwisata Dwibahasa* (A. A. Yuwono & P. W. Hapsari, Eds.). DEEPUBLISH.
- Damaya. (2018). *Super Student Preneur* (Nihara, Ed.; 1st ed.). Laksana.
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM* (1st ed.). DEEPUBLISH.
- Hardi, M. (n.d.). *Pengertian Merek : Sejarah, Fungsi, dan Jenis-jenisnya*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-merek/>
- Munandar, D. D. (2022). *Digital Marketing: Vol. VIII* (Dr. Ir. H. Nurjaya, Ed.; 1st ed.). Cipta Media Nusantara.
- Nabila, D. dkk. (n.d.). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0* (D. Nabila, O. Elvaretta, G. Zahira, & M. A. D. Y. Syarief, Eds.). Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang dengan Inteligensia Media.
- Nasih, M., Susanto, O. M., Fanshury, A. R., & Hermawan, S. (2020). *Influencer Dan Strategi Penjualan : Studi Netnografi Pada Pengguna Jasa Selebgram Sebagai Media Promosi*. 5, 135–144.
- Pradistya, R. M. (2021). *Teknik Triangulasi Dalam Pengolahan Data Kualitatif*. DQLab. <https://dqlab.id/teknik-triangulasi-dalam-pengolahan-data-kualitatif#:~:text=Triangulasi merupakan salah satu pendekatan,hasil wawancara terhadap objek penelitian.>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, VIII.
- Primasiwi, L. (2020). *Fenomena Popularitas Selebgram Dalam Media Sosial*. Genpi.Co. <https://www.genpi.co/gaya-hidup/52080/fenomena-popularitas-selebgram-dalam-media-sosial>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi . *Jurnal Common*, 3, 1–10.

- Putri, D. E., Sudirman, A., & Suganda, A. D. (2021). *Brand Marketing* (U. Taufik & A. Masruroh, Eds.; 1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rahmadani, N. (2021). *Digital Marketing Selebgram @Hannanadya_ Dalam Melakukan Endorse Dan Paid Promote Pada Olshop Havefunstore*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing?* (D. Novidiantoko, Ed.). Mulawarman University PRESS.
- Rizeki, D. N. (2022). *Mengenal Apa Itu Selebgram Dan Cara Menjadi Selebgram*. Majoo.Id. <https://majoo.id/solusi/detail/cara-menjadi-selebgram>
- Setyawan, H. M. (2020). *Strategi Promosi Melalui Akun Instagram Dalam Membangun Minat Kunjung Wisatawan Di Yogyakarta*. State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Subawa, N. S., & Widhiasthini, N. W. (2020). *Waralaba 4.0: Isu, Tren Dan Evolusi Bisnis Waralaba Di Era Digital* (N. Widiastuti, Ed.; 2nd ed.). Nilacakra.
- Umam. (n.d.). *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>

