DAFTAR PUSTAKA

Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.

Aticha, V. (2021). STRATEGI PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA COFFEESHOP TERASORE MEDAN. *Jurnal Kolaboratif Sains*, *6*(7), 683–690. https://doi.org/10.56338/jks.v6i7.3796

Fadli, H. R. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jomfisip*, *4*(2), 2013–2015. https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/16339/15804

Fahresi, M. (2018). Penggunaan Instagram Dalam Mempromosikan Cafe Cinnamon Sultanalauddin Makassar. *Jurnal*, *1*, 1–100.

Intan Innova, E. (2016). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, *4*(1), 1–11. https://www.neliti.com/publications/78942/motif-dan-kepuasan-pengguna-instagram-di-komunitas-instameet-indonesia

Keller, P. K. & K. L. (2016). *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*. Cambridge: IGI Global.

Kemp, S. (2019). *Digital 2019: Global Internet Use Accelerates*. https://wearesocial.com/us/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates/

Kennedy, John E, R, S. (2006). *Marketing Communication*. PT. Buana Ilmu Populer.

Landsverk, K. H. (2014). *The Instagram Handbook*. London: Primehead Limited.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku I*. Salemba Humanika.

Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenada Media Group.

Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama.

Patel, N. (2023). *Neil Patel: Helping You Succeed Through Online Marketing*. https://neilpatel.com/

Puntoadi, D. (2012). *menciptakan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: PT Elex Komputindo.

Purba, A. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pustaka Press.

Riyanto, D. (2017). *PEMANFAATAN PERPUSTAKAAN FIK UNY OLEH MAHASISWA PJKR TUGAS*.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sulaksana, U. (2003). *Integrated Marketing Communications.* Pustaka Pelajar.

Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, *1*(01), 31–42.

Varinder Taprial & Priya Kanwar. (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing ApS.

Wajariani, D. U. dan D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur_Batik). *Sekretari Dan Manajemen*, *2*, 274.

Yulis, S., Darmayanti, C., Ikhsan, I., & Firman Hastuti, C. S. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Dana Desa Untuk Usaha Tani Dalam Mewujudkan Desa Mandiri Di Desa Lueng Baro Kecamatan Sungai Mas Kabupaten Aceh Barat. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, *6*(2), 227–236. https://doi.org/10.35308/jbkan.v6i2.6206