DAFTAR PUSTAKA

Aggraini, J. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Anggraeni, A. D., & Berlian, R. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Merek Pada PT. Fuchs Indonesia. Jurnal Bisnis Dan Pemasaran, 12.

Anisa, V. (2023, December 19). Jasa Titip (Jastip): Arti, Cara Kerja, serta Jenis Produknya. Glits.Com. https://glints.com/id/lowongan/jastip-adalah/

Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi di Staffee.Ca Bouquet Sidoarjo. Neraca Manajemen, Ekonomi, 6(4). https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359

Annur, C. M. (2021, November 15). Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa? Databox. https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/43872fee17da7bd/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa

Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A *Souvernir Project*. Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha, 2(2), 466–477. https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479

Ashari, A. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Coffee Shop Kulo Nuwun Surakarta.

Fadila, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). *Literature Review* Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. Mitita Jurnal Penelitian, 1(3), 31–46. https://jurnalmitita.univpasifik.ac.id/index.php/mjp/article/view/47

Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. Jurnal Inovasi, 14(1), 32–41.

Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi Pemasaran (Tim Qiara Media, Ed.). CV. Penerbit Qiara Media.

Giantika, G. G. (2019). Pemanfaatan Blog Pribadi Di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @annisast). Jurnal Komunikasi, 10(1), 1–9. https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.4707

Ginting Suka, E. A. A., & Lubis, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan. Jurnal *Network* Media, 2(2), 2569–6446. https://doi.org/10.46576/jnm.v2i2.562

Hariyanto, D. (2023). Komunikasi Pemasaran (Ferry Adi Darma & M. Tanzil Multazam, Eds.). UMSIDA PRESS.

Izza. (2023, October 20). Media Sosial Untuk Bisnis: Pengertian, Manfaat, dan Tips Penggunaannya. https://bigevo.com/blog/detail/media-social-untuk-bisnis

Jannah, M. T. (2021). Berbelanja Melalui Jasa Titip Perabot di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus @jastipbyarumi. Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial, 4(1), 52–69. https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.867

Katharina Lawi, G. F. (2020, December 31). Instagram Platform Andalan Untuk Pemasaran Sepanjang 2021. Https://Entrepreneur.Bisnis.Com/Read/20201231/88/1337426/Instagram-Jadi-Platform-Andalan-Untuk-Pemasaran-Sepanjang-2021.

Khasanah, I. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Lasagna Larise Dalam Meningkatkan Penjualan. Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(1), 85–99. https://doi.org/10.15642/jik.2019.9.1.85-99

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani, Eds.; 12th ed.). Erlangga.

Kriyantono, R. (2022). Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif (2nd ed.). Penerbit Kencana.

Kurniawan, P., Puspitarini, D. S., Nuraeni, R., Fadli, R., Indika, D. R., Jovita, C., & Sholihah, A. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Vapormxpku Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan. Jurnal Bisnis Terapan, 3(9), 25–32.

Kusumastuti, A. D. (2020). Fenomena Jasa Titip (JASTIP) dan Polemik Bagi Kelangsungan Produk UMKM. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan, 09(1). https://doi.org/10.47942/iab.v9i1.645

Mahesti, I. P., & Dharma Laksana, I. G. N. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Jasa Titip Online. Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum, 7(10), 1–17.

Maisaroh, Rachman, R., Norchalicatin, Y., Anam, M. M., Indriani, S. A., Abaitunnisa, F., & Syaifurahman, A. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Live Instagram Terhadap Penjualan Pada Toko AW *Store* Situbondo. Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS, 1(12), 2447–2453. https://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/view/4229

Malik, R., Kusumadinata, A. A., & Hasbiyah, D. (2023). Keragaman Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi. Karimah Tauhid, 2(1), 26–35. https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i1.7496

Malik Zuhri, M. A., & Christiani, L. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Library Based Community (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas). Jurnal Ilmu Perpustakaan, 7(2), 21–30.

Marentek, M. R., Supit, V., & J. Mandey, N. H. (2020). Komunikasi Pemasaran (Joseph N. Tangon, Ed.). POLIMDO PRESS.

Mulyana, D. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya.

Muslicha, I. S., & Irwansyah. (2020). Instagram dan Fenomena "Jastip" di Indonesia. *Journal Communication Spectrum*, 9(2). https://doi.org/10.36782/jcs.v9i1.1871

Nasrullah, R. (2015). Media Sosial. PT. Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2016). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi (Setyosari Punaji, Ed.). PT Remaja Rosdakarya, Simbiosa Rekatama Media.

Prabawati, H., & Adi, W. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Sebagai Media Publikasi Kegiatan.

Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(2), 160–176. https://doi.org/10.21009/Communicology.012.05

Prabowo, D. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kemudahan Mengakses Produk Terhadap Niat Beli Konsumen [Thesis (S1), Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. https://e-journal.uajy.ac.id/22869/

Prasetyo Matak Aji, Vanessa Nadhila, & Lim Sanny. (2020). *Effect Of Social Media Marketing On Instagram Towards Purchase Intention: Evidence From Indonesia's Ready-To-Drink Tea Industry. International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91–104. https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002

Pratiwi, A. A. M. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmiah Satyagraha, 03(02), 73–81. https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.179

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. https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950

Putri, A. R. (2019). Pola Komunikasi Antara Penyedia Jasa Titip Beli (JASTIP) Dengan Konsumen Dalam Berbelanja Melalui Instagram (Studi Pada Pola Komunikasi Jastip @herhabit.jastip dengan Konsumennya). Skripsi, Universitas Sriwijaya.

Rahmadani, N., & Imam Riauan, M. A. (2022). Pemanfaatan Instagram @Houseofchic Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Journal of Social Media and Message*, 2022(1), 13–23. https://journal.rc-communication.com/

Ramadhan, F. H. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau, 4(2), 1–15. http://www.beritateknologi.com

Riany Diem, D. A., & Yulianti, W. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Akun Instagram @Kaosdisablon di CV. Purwa Satya). Jurnal Teknologika, 10(2), 15–20. https://doi.org/10.51132/teknologika.v10i2.77

Rifaldi, W. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Makanan di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram

@burgerberkahbersama). *Doctoral Dissertation*, Universitas Islam Kalimantan MAB. https://eprints.uniska-bjm.ac.id/2510/

Sari, S. I., Pratidina, M., Halimatussakdiyah, & Marliyah. (2024). Bisnis Jastip Dalam Perspektif Fiqh Muamalah. Jurnal Kajian Agama Dan Dakwah, 4(3). https://doi.org/10.3783/tashdiqv2i9.2461

Sitoresmi, A. R. (2021, October 30). Jastip adalah Jasa Titip Tanpa Modal Besar, Ketahui Cara Memulai dan Keuntungannya. Www.Liputan6.Com. Jastip adalah Jasa Titip Tanpa Modal Besar, Ketahui Cara Memulai dan Keuntungannya

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (19th ed.). CV. Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV. Alfabeta Bandung.

Sulianta, F. (2015). Keajaiban Sosial Media Fantastis Menumbuhkan *Visitor*, *Circle*, *Likes*, Koneksi, *Retweet*, dan *Followers*. PT. Elex Media Komputindo.

Syahbani, M. F., & Widodo, A. (2017). *Food Blogger* Instagram: *Promotion Through Social Media*. Jurnal Ecodemica, 1(1). https://doi.org/10.31294/jeco.v1i1.1426

Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. QOSIM : Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora, 1(1). https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49

Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R. (2021). Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku). Jurnal Bisnis & Kewirausahaan, 17(3), 2021. https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.279-290

Windiana, M. (2023, January 11). Mengenal Jastip Artinya Apa, Ide, dan Cara Memulainya. https://seller.bukalapak.com/info/blog/seller-guide/120458-mengenal-jastip-artinya-apa-ide-dan-cara-memulainya

Zagato, Y., & Taryo, T. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Tangerang Selatan. Jurnal Tadbir Peradaban, 2(1), 21–29. https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.100

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi The Type of Descriptive Research in Communication Study. Jurnal Diakom, 1(2), 83–90.