

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- A.Muri Yusuf. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*.
- Clark, D. D. (2018). *Designing an internet*. MIT Press.
- Comer, D. E. (2018). *The Internet Book. Florida*. CRC Press.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Buku 1 Edisi 12. Jakarta: PPM Management*.
- Djam, S. an, Aan Komariah. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Effendy, Onong Uchjaba. (1992). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Fiantika, F., Wasil, M., Jumiayati, S. R. I., Honesti, L., Wahyuni, S. R. I., Mouw, E., ... & Ambarwati, K. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif. Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rake Sarasin (Issue March)*. Surabaya : PT. Pustaka Pelajar.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran. Pasuruan: Qiara Media, 3*.
- Fred, R. D. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep. Diterjemahkan oleh Kwan Men Yon. Edisi, 12*.
- Kasmit. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta : Prenada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangqg Laksana. Terjemahan Fajar.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid I*. Jakarta : Erlangga.
- Leon A. Abdillah (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Bening Media Publishing.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global, Cetakan Ke-1*. Bandung : Alfabeta.
- Maoyan et al. (2014). *Purchase Intention Research Based on Social Media*.

Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Nyoman S. Pendit. (2002). *Ilmu pariwisata: sebuah pengantar perdana oleh Nyoman S. Pendit*. Jakarta : Pradnya Paramita.

Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2009) *Marketing Management. 13th Edition*. Jakarta : Erlangga.

Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta : Gramedia.

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

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Suryadana, Liga dan Octavia. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Tjiptono, F. (2002). *Strategi bisnis. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). *Efektivitas Website Dan Instagram Sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat*. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 451–466. Retrieved from <https://ejournal.skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/view/119>.

Agusthyo, W. (2017). *Strategi Komunikasi Komunitas Retic Dalam Membentuk Perilaku Peduli Terhadap Kelestarian Hewan Berjenis Reptil Di Pekanbaru*. Doctoral dissertation, Riau University

Agus Purnomo. (2011). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merk Aqua Di Bandar Lampung*. *Sosialita*, 1(2), 1–10.

Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/27205/pengaruh-brand-equity-terhadap-loyalitas-konsumen-produk-air-minum-dalam-kemasan>

Fahresi, M. (2018). *Penggunaan Instagram dalam Mempromosikan Cafe Cinnamon Sultan Alauddin Makassar*. *Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.

Faisal, I. A., & Rohmiyati, Y. (2019). *Analisis pemanfaatan media instagram sebagai promosi perpustakaan Provinsi Jawa Tengah*. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(4), 281-290.

Ginting, N. B. (2018). *Pengaruh disiplin kerja dan komunikasi terhadap kinerja Karyawan di Pt. Sekar mulia abadi medan*. AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship, 3(2), 130–139. Retrieved from <https://journal.uii.ac.id/ajie/article/view/10829/8367>

Kurniawan, A. (2020). *Proses Kematangan Emosi Pada Individu Dewasa Awal Yang Dibesarkan Dengan Pola Asuh Orang Tua Permisif*. Jurnal Insan Psikologi dan Kesehatan Mental, 5(21). Retrieved from <https://ejournal.unair.ac.id/JPKM/article/view/18373>

Kurniawati, W. D. N. (2017). *Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah*. Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi, 8(5), 127–143. Retrieved from <https://doi.org/10.23917/komuniti.v8i5.2943>

Prastiani, N., & Pratiwi, R. Z. (2020). *Promosi dan pemasaran pariwisata objek wisata Tirta Sinongko dalam upaya menarik wisatawan*. Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, 5(1), 38. Retrieved from <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.21311>

Rizqy, D., & Rahardjo, B. (2023). Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital: (Studi Deskriptif Pada Akun @assyaffa.homedecor). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(1), 188-199.

Salafudin, M. (2019). *Pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi pada taman baca widya pustaka kabupaten pemalang* (Bachelor's thesis, Fakultas Adab dan Humaniora UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Salsabila, S. N., Anshori, M. I., Kamil, A., & Jamilati, N. (2024). *Strategi Inovatif Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Industri Parawisata di Bangkalan*. Jurnal Bintang Manajemen, 2(1), 176-190. Retrieved from <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/view/2721>

Wafiq Agusthyo. (2017). *Strategi Komunikasi Komunitas Retic dalam Membentuk perilaku peduli terhadap kelestarian hewan berjenis reptil di Pekanbaru*. 4 (1), 5. Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/128978/strategi-komunikasi-komunitas-retic-dalam-membentuk-perilaku-peduli-terhadap-kel>

Widyastuti, A. S. (2019). *Pengaruh Promosi Media Sosial Dan City Branding Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata*. 1, 1–14. Retrieved from <https://eprints.ums.ac.id/74746/1/NASKAH%20PUBLIKASI%20PERPUS.pdf>

Yozani, R. E. (2022). *Efektivitas Komunikasi Akun Tiktok @buiramira Sebagai Media Edukasi Akademik Mahasiswa Universitas Riau*. 18. Retrieved from <http://www.journal.starki.id/index.php/JIK/article/view/856>

Yulianti, Y. (2019). *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari*

Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Annur, Cindy Mutia (2024). Jumlah Pengguna Internet Global Secara Individu per Januari Diambil dari :
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/08/individu-pengguna-internet-global-tembus-535-miliar-pada-januari-2024>. (Akses : 03 Mei 2024).

Annur, Cindy Mutia (2024). TikTok Masuk 5 Besar Daftar Media Sosial Terpopuler Dunia pada Awal 2024. Diambil dari :

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktok-masuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024> (Akses : 03 Mei 2024).

Sejarah Asal Mula Peluncuran Instagram. Diambil dari :
<https://www.firstmedia.com/article/sejarah-awal-mula-peluncuran-instagram-sudah-tahu> (Akses : 03 Mei 2024).

Simon Kemp (2024). Digital 2024 : Timor-Leste. Diambil dari :
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-timor-leste> (Akses : 03 Mei 2024).

Maximus Ali Perajaka (2021). Patung Christo Reli di Bukit Fatucama, Timor Leste, Tingginya 27 Meter – Katolikku. Diambil dari :
<https://www.katolikku.com/wisata-rohani/pr-1611579219/patung-christo-rei-di-bukit-fatucana-timor-leste-tingginya-27-meter>. (Akses : 29 Mei 2024).

