

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alyusi, S. D. (2016). *Media sosial (Interaksi, Identitas dan Modal Sosial)*. KENCANA.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran : Konsep dan Plikasi Digital*. Airlangga University Press.
- Dr. Sigit Hermawan, S. M. (2016). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekan Kuantitatif & Kualitatif)*. Media Nusa Creative.
- Enterprise, J. (2021). *Instagram untuk bisnis, Hobi & Desain Grafis*. Jakarta: PT ELEX MEDIA KOMPUTINDO.
- Helianthusonfri, J. (2020). *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Jakarta: PT ELEX MEDIA KOMPUTINDO.
- Hermayanto, R. (2023). *Strategi Pemasaran UMKM*. Cipta Media Nusantara.
- Kotler, P. &. (2015). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Luthfiyah.M.Ag, M. F. (2017). *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*. CV Jejak.
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram* . Yogyakarta: deepublish, CV Budi Utama.
- Ragil Pardiyono, J. S. (2022). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Purwokwerto - Jawa Tengah: PT. Pena Persada Kerta Utama.
- Ratri, C. (2020). *Panduan Instagram Bisnis : Membuat konten, foto dan memanfaatkan sebagai PR bisnis* . Surabaya - Jawa Timur : CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Said, H. M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*.
- Setiawan, A. A. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.

Sitaniapessy, R. H. (2021). *Komunikasi Pemasaran : Teori, Konsep dan Strategi* .
Malang: Literasi Nusantara.

Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*.

Jurnal :

Aprilya, T. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN NADYASFASHOP MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN CUSTOMER DI SAMARINDA. *eJournal Ilmu Komunikasi*.

Azis, I. F. (2019). . STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OneFourThree.Co DI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Pustaka Komunikasi*.

Daisy Ade Riany Diem, W. Y. (2020). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus pada Akun Instagra, @kaosdisablon di CV. Purwa Satya). *Jurnal Teknologika*.

Setiawati, N. R. (October 2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HALOA CAFE SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Skripsi :

Herlyana, J. (2022). KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Pada Online Shop Tapax Official) .

Rahmawati, D. (2016). . PEMILIHAN DAN PEMANFAATAN INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE (Studi
Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz).

Ramadhan, F. H. (2017). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN
@MR.CREAMPUFF SEBAGAI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN. .

Widati, E. A. (juni 2022). . EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN
MELALUI MEDIA SOSIAL“INSTAGRAM” YANG DILAKUKAN OLEH
UMKM REFIZA. .

