

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

- Ali Nurdin, S.D (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya
- Creswell W. John. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management Edisi 14. Global Edition*. New Jersey: Pearson Education.h498.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition (Vol. 15E)*. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Teoretik dan Praktik)*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukardi. (2007). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Suwatno, H. (2018). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Zuwirna. (2020). *Buku Dasar - Dasar Komunikasi (Pertama 20)*. Kencana.

**Sumber Jurnal :**

Amruddin, & Priyanda, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati (ed.); 1st ed.). CV Pradina Pustaka Grup.

Andrian, B. (2020). Komunikasi Dakwah dalam Tinjauan Sosiologi Komunikasi. *Tasamuh*, 18(2), 213.

Atifah, D. Q., Hastuti, N. H., & Rizqi, F. M. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Fashion Bekas/Thrift Shop Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kota Solo: Studi Kasus Pada Toko Murda Thrift. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu ....*  
<https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/download/9298/5402>

Awaludin, M. F., M, B. D., & Rosali. (2020). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE DI BUKALAPAK MENGGUNAKAN MODEL AIDA. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 1211–1225.

Endri, E. P., & Prasetyo, K. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Kawa Daun Tanah Datar dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Audiens*, 2(1).  
<https://doi.org/10.18196/jas.v2i1.9836>

Fadhilah, L. A., Wulandari, C., & Afni, S. N. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Affiliate Marketing Akun Instagram @Nazwaadinda\_ Terhadap Minat Pembelian Produk Pada Followersnya. *Dictionary of Marketing Communications*, 3(2). <https://doi.org/10.4135/9781452229669.n147>

Hardani, & Auliya, N. H. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In H. Abadi (Ed.),

CV. Pistaka Ilmu (2020th ed., Vol. 5, Issue 1). CV. Pustaka Ilmu.

Hariyanto, D. (2023). Buku Ajar komunikasi Pemasaran. In F. A. Darma & M. T. Mukta zam (Eds.), *UMSIDA PRESS* (Vol. 4, Issue 1).  
<https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-068-7>

Jatmiko. (2019). *Komunikasi Pemasaran Sebagai Strategi Memperluas Pasar*. 9(2), 1–27.

Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Jurnal Perpustakaan dan Informasi. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi, Penelitian Kepustakaan*, 36–39.

Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). THE CORRELATION BETWEEN INSTAGRAM SOCIAL MEDIA USAGE AND COMPETENCY OF MEDIA LITERACY AT UPT NATIONAL INSTITUTE OF TECHNOLOGY LIBRARY. *EduLib*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>

Maisyaroh, Fitri, A., & Qurniawati, E. F. (2022). Pengaruh Iklan di Facebook Terhadap Minat Beli Siswa di Kabupaten Rokan Hulu. *JSMM: Journal of Social Media and Message*, 1(1), 1–12. <https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/2>

Murniarti, E. (2019). Bahan Ajar Komunikator, Pesan, Media/ Saluran, Komunikan, Efek/Hasil dan Umpan Balik. *Fkip Uki*, 1–44.  
<http://repository.uki.ac.id/2909/1/BahanAjar52019.pdf>

Nurhasanah, N., & Saepudin Kanda, A. S. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Masyarakat. *Intelletika : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 33–39.

<https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i2.922>

Park, C. I., & Namkung, Y. (2022). The Effects of Instagram Marketing Activities on Customer-Based Brand Equity in the Coffee Industry. *Sustainability (Switzerland)*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/su14031657>

Theodora, D. (2021). Analysis of AIDA Elements on Instagram Social Media as a Library Promotion Media in the Archives and Libraries Office of Bandung Regency. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 12(1), 37–47. <https://doi.org/10.20473/pjil.v12i1.25152>

**Situs Internet :**

Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.

Instagram. (2023). Retrieved from <https://business.instagram.com/>

Primandha, N. (n.d.). Retrieved from [gamedia.com](https://www.gamedia.com)

Rahayu, I. R., & Idris, M. (2021, Desember 18). Retrieved from <https://money.kompas.com>

Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Teoretik dan Praktik)*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Suwatno, H. (2018). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Voguemagazine. (2024, Mei). Retrieved from Vogue Magazine: <https://www.instagram.com/voguemagazine/>