

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta Selatan. Lembaga penerbitan Universitas Nasional.
- Ardial. (2022). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi* - Google Books (p. 63). PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Chandra, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Inovasi dan Interaksi Pelanggan terhadap Brand Image. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 2(2), 73-79.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Re*. In Guepedia (pp. 7–8).
- Erwin, E., Judijanto, L., Yuliasih, M., Nugroho, M. A., Amien, N. N., & Mauliansyah, F. (2024). *Social Media Marketing Trends*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hanggondosari, S. U. (2023). Promosi Melalui Instagram Terhadap Peningkatan Penjualan. *JUMBA (Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi)*, 2(1), 1-11.
- Mathur, Vibha, Arora, S. (2020). *DIGITAL MARKETING*. PHI Learning Private, Delhi
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik (Edisi Kedua)* - Google Books (p. 346). PT Bumi Aksara. Jakarta
- Ningsih, W. L. (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan Tahun 2020 IAIN Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik* - Google Books. In Pradina Pustaka.
- Nugroho, A. S., & Mawardi, M. (2021). Pengembangan Instrumen Penilaian Sikap Tanggungjawab dalam Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(2), 808–817.
- Olii, F. M. A. (2024). *PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA AKUN INSTAGRAM@ MINERFOOD_ID UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri).
- Ovi, Arief, Musran, Nurillah, Muhammad, Raden, Rani, & Ratih. (2023). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publising Indonesia. Kota Jambi

- Rifqi Suprpto, S. P., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Rifkhan. (2023). Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel Dan Kuesioner (pp. 1–30), n
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan media sosial Instagram Haloa Cafe sebagai komunikasi pemasaran online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177-190.
- Rahmadanti, A. R., Aditasari, K., & Wibawa, B. M. (2021). Efektivitas strategi iklan dengan menggunakan Instagram ads untuk meningkatkan penjualan dan branding produk: Studi kasus Privet. id. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 10(1), F112-F117.
- Siregar, S. (2023). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif (p. 89). PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Sugiyono,. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Alfabeta
- Virdaus, D. R. (2022, September). KOMUNIKASI PEMASARAN VISUAL SURATKABAR MELALUI INSTAGRAM. In *Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era* (Vol. 2, No. 1, pp. 355-363).
- 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 dan Kewirausahaan*, 17(3), 279-290.
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020). Pengaruh Sales Promotion Terhadap keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.Com). *Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–11
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020). Pengaruh Sales Promotion Terhadap keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.Com). *Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–11.