

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kusuma, w. (2019). *Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?* <https://teknokompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyakinikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia> .
- Yusuf, R. H. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506515.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Grasindo.
- Makmur, R. (2018). *Bisnis Online Mengenal, Memulai, dan Mengelola Bisnis Online Melalui Berbagai Media Seperti: Internet, Twitter, Facebook, Whatsapp, Line, BBM, Path, Instagram, Pinterest, dan Lain-Lain*. Bandung: Informatika.
- Sitorus, S. A., Kurniawan, A. P., & At All. (2022). *Digital Marketing Strategy : Online Marketing Approach*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Yulianingsih, A., & Suryawardani, B. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada Nexa Hotel Bandung Tahun 2018)*.
- Mileva, L., & Dh, Ahmad Fauzi. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi*

Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.

Wamba, S. F., Akter, S., & Bhattacharya, M. (2018). *The Primer of Social Media Analytics*, (March). <https://doi.org/10.4018/JOEUC.2016040101>

wiley 2021 *Marketing 4.0 Moving form Traditional to Digital*.

Penelitian Terdahulu

Mochamad Zidan Pamungkas. (2021). Analisis Pengembangan Komunikasi Pemasaran Interaktif Pada Media Sosial Instagram PT. Telekomunikasi Indonesia, STO Banjaran, Bandung Tahun 2021.

Ameilinia Putri Irianto. (2021). Analisis Content Media Sosial Instagram Pada Akun @Infotelkom Bandung PT Telkom Witel Bandung Tahun 2021

Meisya Regina Kusnadi. (2018). Analisis Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial pada PT. Niiion Indonesia Utama di Kota Bandung Tahun 2018.

Priseha Septiana Saputri, Fanni Husnul Hanifa. (2021). Analisis dan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram Telkom STO Dago Tahun 2021 *eProceeding of Applied Science : Vol.7, No.4 Agustus 2021*.

Ayu Triandy Putri, Fanni Husnul Hanifa. (2021). Jurnal Analisis Dan Pembuatan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram PT. Telekomunikasi Indonesia STO Banjaran Tahun 2021. *e- Proceeding of Applied Science : Vol.7, No.4 Agustus 2021*.

Website

<https://www.neohotels.com/> diakses 20 Oktober 2022

<https://www.cloudcomputing.id/> diakses 20 Oktober 2022

<https://kbbi.kemdikbud.co.id/> diakses pada 20 Oktober 2022

<https://www.wearesosial.com/> diakses 20 Oktober 2022

<https://www.kompas.com/> diakses 20 Oktober 2022

<https://www.merdeka.com/> diakses 25 Oktober 2022

<https://www.liputan6.com/> diakses 25 Oktober 2022

<https://www.merdeka.com/> diakses 27 Oktober 2022

<https://www.commonground.digital/> diakses 27 Oktober 2022