

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Helianthusonfri,J. (2020). *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Luik, J. (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nasrullah,R. (2020). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya,dan Siositeknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Bandung.
- Priansa,D.J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Jurnal

- Achmad, Azhari, Esfandiar, Nuryaningrum, Syifana, Cahyaningrum, (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik*,10(1),19-29. Universitas Islam Negeri Surabaya.
- Chikandiwa, Contogiannis, Jembere. (2013). *The Adoption of Media Social Marketing In South African Banks*.25(4),367-379. University of Zululand Africa.
- Dedy,H.N. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*, Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Habibi, Hamilton, Valos, Callaghan. (2015). *E-Marketing Orientation and Social Media Implementation in B2B Marketing*. 27(6), Michigan University.
- Islami, Wahyuni, Tiara. (2020). *The Effect of Digital Marketing on Organizational Performance Through Intellectual Capital and Perceived Quality in Micro, Small, and Medium Enterprises*. 16(1), 60-68. Jurnal UT.
- Ita Suryani. (2014). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produksi dan Potensi Indonesia Dalam upaya Mendukung ASEAN Community 2015*. 8(2), 124.136. Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika.
- Kurniawan,P. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh*. 11(2), 218-223. Jurnal Trunojoyo.

- Lestari,S.P. (2015). *Hubungan Komunikasi Pemasaran dan promosi dengan keputusan memilih jasa layanan kesehatan (studi kasus pada rumah sakit islam Lumajang)*. 4(2), 139-146. Jurnal Interaksi.
- Muslim. (2016). *Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi*. 1(10), 77-81. Jurnal Wahana.
- Prasanti,D. (2018). *Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan*. 6(1), 13-20. Jurnal Lontar.
- Puspitarini, Nuraeni. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. 3(1), 72-79. Universitas Komputer Indonesia.
- Rizal, V.Z. (2019). *Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta(@Bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek*. 4(1), 75-87. Inter Komunika.
- Simangunsong, L. (2016). *Social Media&Internet: A Study In Start Up Companies*. 18(2), 145-149. Jurnal Manajemen Petra.
- Suharso, Muntiah. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi*. 10(1), 2-14. Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia.
- Suryani, I. (2014). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015*. 8(2), 124-136. Jurnal Universitas Islam Indonesia.
- Wardana, L. (2018). *The Role Of Facebook As A Social Media Marketing On House Wives Start Up Bussiness*. 7(2), 79-84. Jurnal UC.

Skripsi

- Ferdian,M. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Hijab Deenay*. Universitas Telkom Bandung.
- Mafiroh, F. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Akun @tamanwisatagenilangit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Geni Langit*. Universitas IAIN Ponorogo.
- Pratiwi, K. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa Melalui Media Sosial Instagram*. Universitas Telkom Bandung.
- Prayoga, A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Pecinta Vespa Tua Pada Akun @Vespasoy*. Universitas Telkom Bandung.

Salafudin, M. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pemalang*. Universitas Islam Negeri Jakarta.

Internet

Conney Stephanie. (2021, Februari 24). *Riset Ungkap Lebih Dari Separuh Penduduk Indonesia “melek” Media Sosial*. Diambil kembali dari tekno.kompas.com:

<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>.

Mutia Fauzia. (2021, Januari 20). *Jumlah Pelanggan Melonjak di Tengah Pandemi Netflix Raup Pendapatan Rp 350 Triliun*. Diambil kembali dari money.kompas.com:

<https://money.kompas.com/read/2021/01/20/165327826/jumlah-pelanggan-melonjak-di-tengah-pandemi-netflix-raup-pendapatan-rp-350>.