

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Prof.Dr. Satori Djam'an, M.A., & Prof. Dr. Komariah Aan, M.Pd., (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (cetakan ke 7). Bandung :ALFABETA.cv

Muljono, R. K. (2018). Digital Marketing Concept. Gramedia Pustaka Utama.

Setiawan Iwan, Yusanova Savitry.(2016). New Content Marketing. Gramedia Pustaka Utama. Tersedia dari E-reader gramedia digital.

Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1)*. Celebes Media Perkasa.

Priansa, S.Pd., S.E., M.M., Q.WP., Dr. Adi Lili Wibowo.(2017). Manajemen Komunikasi dan Pemasaran (cetakan ke 1). Bandung : Alfabeta.

Jogiyanto Hartono, M. (Ed.). (2018). Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data. Penerbit Andi.

Sugiyono.(2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods), Bandung : RajaGrafindo.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sherief Salbino. (2014). Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula, Jakarta: Kunci Komunikasi, Hal.47.

Agustrijanto. (2018). *Copywriting; Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*, hal. 33. Remaja Rosda Karya.

Jurnal :

Shinta, A. (2011). Manajemen pemasaran. Universitas Brawijaya Press.

JURNAL PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP MOTIVASI FOLLOWERS PADA AKUN @MERRYRIANA (febian nugratami, maylanny cristin, berlian primadani)

Hapsari, D. A., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P (MARKETING MIX 7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA DASTERBORDIR. COM). JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis), 10(2), 12-19.

Penelitian Terdahulu

Priseha Septiana Putri. (2021). Analisis dan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing pada Instagtam Telkom STO Dago.

Mayrisa Anggun Utami. (2016). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University Tahun 2015/2016 melalui Media Sosial Instagram.

Kurniawan Puguh. (2017). *Utilization of Instagram Social Media as Modern Marketing Communication on Batik Burneh. Competence: Journal of Management Studies.*

Indah Permatasari Tumelap Genda. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Wedding OMG Event Asia Kota Bandung Tahun 2020.

Prof. Dr. J Kristiyono. (2021). *Internet Marketing Strategy Demandailing Cafe in Building a Digital Brand on Instagram.*

Syrdal, H.A., dan Briggs, E. (2018). *Engagement With Social Media Content : A Qualitative Exploration. Journal of Marketing Theory and Practice.*

Website :

<https://www.jurnalponsel.com/pengertian-youtube-manfaat-dan-fitur-fitur-menarik-di-youtube>, di akses pada tanggal 13 juni 2022 pukul 19.00 WIB.

www.nesabamedia.com, di akses pada tanggal 20 juni 2022, pukul 10.00 WIB.

www.socialmediaexminer.com, di akses pada tanggal 10 Juni, pukul 18.30, WIB.

www.hotsuitedanwearsocialmedia.andilink.com, di akses pada tanggal 3 maret 2022, pukul 15.30 WIB.

www.idtesis.com, di akses pada tanggal 23 juni 2022, pukul 21.00 WIB.