

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Indonesia (2022). “ Data Masyarakat Kabupaten Seram Bagian Barat”. Diakses, 12 Maret 2022, dari <https://bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik Indonesia (2022). “ Pencarian Data Psikografis dan DemoGrafis”. Diakses, 21 April 2022, dari <https://bps.go.id/>
- Barokah, S., Wulandari, O. A. D., Sari, M. T., & Yuditama, I. F. (2022). Optimalisasi Digital Marketing melalui Instagram Ads di Kelurahan Purwanegara. *J. Abdimas BSI J. Pengabd. Kpd. Masy*, 4(1), 17-22.
- Bekoglu, F. B., & Onayli, C. (2016). Strategic approach in social media marketing and a study on successful Instagram cases. *European Scientific Journal*, 12(7), 261-274.
- Hadining, A. F., Aisha, A. N., & Aji, D. K. (2016). Evaluating the Effective Location of Product Advertising on Instagram Ads. In *International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (pp. 1273-1279).
- Juwita, O., & Samopa, F. (2011). *Kekuatan Instagram untuk Mengiklankan Produk UKM* (Doctoral dissertation, Master Thesis, Manajemen Teknologi Informasi, ITS Surabaya).
- Nasution, Febrina Syah Putri, and Ama Suyanto. 2016. “Efektivitas Iklan Media Sosial Menggunakan EPIC AC Nielsen Pada Operator Seluler Di Indonesia”. *eProceedings of Management* 3(3).
- Pancaningrum, Erminati, and Dwi Kartika Sari. 2019. “Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek Di Televisi.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)* 2(1): 53–62.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Bandung: Pustaka Setia *Komunikasi Pemasaran Terpadu*.
- Shimp, Terence A. 2014. “Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi.” *Jakarta: Salemba Empat*.

- Sulistiyadi, K., & Kurniasari, I. R. (2018). Penerapan Strategi Pemasaran Online Ice Cream Ubi Ungu (ICU) Berdasarkan Fanpage Instagram. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1).
- Widyawati, A., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Youtube Terhadap Tingkat Brand Awareness Pada Generasi Z (studi Kasus Pada Radio Play99ers 100 Fm Bandung). *eProceedings of Applied Science*, 4(3).
- Murdiyanto, E., Arta, I. P. S., Dhakirah, S., Kurniawan, B. W., Hidayat, R., Muttaqien, Z., ... & Ariyanti, M. (2022). TEORI MARKETING (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis).
- Farochi, C., & Hidayat, R. 2018. Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Go-Jek. *Aksara Public*. 2(2), 63-72.