

Daftar Pustaka

Buku

- Prabu, A.A. Anwar. (2019). Perilaku Konsumen. Bandung: Refika Aditama.
- Priansa, Donni J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial.
Bandung: CV Pustaka Setia.
- Solis, Brian. (2010). Engage: The Complete Guide for Brand and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Helianthusonfri Jefferly. (2022). Instagram Marketing untuk Pemula. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Alma Buchari. 2020. Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: penerbit alfabeta
- Tjiptono, Fandy 2020. Pemasaran. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Hery. 2019. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Grasindo
- Kotler, Philip. Kevin lane keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Lumajang: Erlangga
- Priansa, Donni juni. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial.
Bandung: CV pusaka setia
- Moleong. Lexi j. 2019. Metodologi oenelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, 2020. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan RnD. Bandung: penerbit alfabeta

Fristina, Irna. 2017. Metode Penelitian Terapan. Yogyakarta: Prama Ilmu.

Penelitian Terdahulu

Muhammad Bagas Adhikara. (2021). Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi (Studi kasus pada UD. Jananuraga Fish di Kota Bekasi 2021). Bandung: Telkom University.

Monica Lestari (2021), Analisa kegiatan komunikasi pemasaran disini café melalui pemanfaatan Media sosial Instagram di masa pandemic covid-19. Bandung: Telkom University.

Ayu Triandy (2021), Analisis dan Pembuatan Konten. Sosial Media Marketing Pada Instagram PT. Telkomunikasi Indonesia STO Banjaran Tahun 2021. Bandung: Telkom University.

Priseha Septiana Saputri (2022), Analisis Dan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram Telkom STO Dago Tahun 2021. Bandung: Telkom University.

Jurnal

Febriyan, F., & Supriono, S. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Produk Internasional (Survei Pada komunitas Xiaomi Indonesia). Jurnal Administrasi Bisnis, 61(1), 74-79.

Bening, Banyu. 2019. Pengaruh Content Marketing pada Viral Marketing dan Customer Engagement Pegguna Tokopedia di Yogyakarta

Ramadhan, F. H., & Firdaus, M. (2017). Pemanfaatan media sosial *Instagram* akun @ MR. CREAMPUFF sebagai promosi daam meningkatkan penjualan (Doctoral dissertation, Riau University).

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, Vol.2 No.2.

Almaida, F. A., & Nugrahani, R. U. (2019). Analisis pengelolaan Konten Digital Marketing Media Sosial Institut Francis Indonesia Bandung. *Jurnal Ilmu Komuniiasi Acta Diurna*, 15(1), 96-109

Web

<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>. (di akses 8 Agustus 2022)

Rita, 2017. Sosial Media Marketing.

<https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/03/08/social-media-marketing/>. (diakses 10 September 2022).