

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku :

- Astuti, D. (2020). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice*. Inggris (GB): Person Education Limited.
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing, Strategi Memaksimalkan Media Sosial*. Diva Press
- Elvera. (2019). *Pemasaran Pariwisata*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka.
- Firmansyah, N. (2020). *Teori Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Herman, Jenn, Butow, Eric, & Walker, Corey. (2021). *Instagram for Business for Dummies (2nd ed.)*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Heriyati, P. (2022). *Strategi Pemasaran*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2018). *Principles of Marketing (12th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing management*. American Marketing Association.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- McGruer, D. (2020). *Dynamic Digital Marketing*. Inggris (GB): Wiley.
- Purnomo, P. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian (Edisi 6, Buku 2)*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Pustaka Abadi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Referensi Jurnal :

- Aprilianti, O., & Wibowo, S. (2019). Analisis Iklan Pada Media Sosial Instagram Dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Pada Indihome Buah Batu Kota Bandung Tahun 2019. *eProceedins of Applied Science*, 5(2).

- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di Indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13-23.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrument penelitian ilmiah Pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *Pendidikan Islam, IHSAN: 1(2)*, Jurnal 1-9.
- Karima, B. A., Rosdiana, A. M., & Ramadhan, P. C. (2022). IKLAN INSTAGRAM ADS DAN SELEBGRAM ENDORSEMENT: MANAKAH YANG LEBIH EFEKTIF MEMPENGARUHI MOTIVASI KONSUMEN. *Jurnal Psikologi*, 15(2), 339-348.
- Muryanto, H. F., & Cahyani, L. (2022). Analisis Pengembangan Konten Media Sosial Instagram Di PT. Inovindo Digital Media Tahun 2022. *eProceedings of Applied Science*, 8(5).
- Rahmah, N. F., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh promosi social media instagram dan facebook terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Wisata Alam Gunung Papandayan tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Wiryaningrum, D., Natasha, S., & Kurniawan, R. (2022). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia. *Jurnal Nomosleca*, 8(2), 242-252.

Referensi Website :

<https://indibiz.co.id> (Di Akses pada 15 Februari 2024)

<https://katadata.co.id/digital/nasional/5e9a552132151/bukan-media-sosial-biasa-instagram-kini-jadi-platform-bisnis> (Di Akses pada 5 November 2023)

<https://katadata.co.id/lifestyle/edukasi/61ee4467db13b/internet-adalah-jaringan-komputer-ini-pengertian-dan-sejarahnya#:~:text=Jika%20dilihat%20dari%20kata%20per%20kata%2C%20pengertian%20internet,segala%20informasi.%20Semuanya%20bisa%20diakses%20oleh%20setiap%20orang>. (Di Akses pada 10 November 2024)

<https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-indonesia/2023/> (Di Akses pada 12 November 2024)

<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/> (Di Akses pada 5 Desember 2023)

<https://www.iimers.com/data-perkembangan-digital-di-indonesia-tahun-2023/> (Di Akses pada 15 Desember 2023)

<https://www.kompas.com/skola/read/2020/10/26/152337669/sejarah-perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi> (Di Akses pada 10 Januari 2024)

www.telkom.co.id (Di Akses pada 5 April 2024)