

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R. dan. (2013). Perancangan Strategi Online Marketing Berbasis Media Sosial pada Perusahaan Eiden. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 543–551.
- Alghozy, R. (2020). Strategi social media marketing pada usaha kuliner Krr's Otentik malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2, 1–17. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6506/5678>
- Anggraini, T. (2017). *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam*.
- Arifin Dian, R. (2022). *Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan Manfaat, DLL*. 24 Desember 2022. <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persaada
- Atmoko. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Azlam, R., & Asse, A. (2018). STRATEGI PEMASARAN ONLINE (STUDI KASUS FACEBOOK MARKETING WARUNK BAKSO MAS CINGKRANK DI MAKASSAR) Online Marketing Strategy (Case Study of Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank in Makassar). *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(2), 219–231.
- Azroi, M. F., Fatimah, F., & Wibowo, Y. G. (2021). Pengaruh Promosi Online Menggunakan Facebook Ads Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 102–107. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4912>
- Edelweis Lararenjana. (2022). *Fungsi Instagram yang Paling Utama, Bisa Untuk Kembangkan Bisnis*. 30 Maret 2021. <https://m.merdeka.com/jatim/berikut-fungsi-instagram-yang-paling-utama-bisa-untuk-kembangkan-bisnis-klm.html?page=4>
- Fardiana Putri, R., Fitriani, E. W., & Sartika, S. H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 213–220. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.185>
- Follet, M. P. (2007). *Manajemen*. Jakarta: Indeks
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara

- H.B Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian)*.
- Handoko, T. H. (2016). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Hasibuan, S.P, M. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Ira Promasanti Rachmadewi, Auliya Firdaus, Qurtubi, Q., Wahyudhi Sutrisno, & Chancard Basumerda. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing pada Toko Online Usaha Kecil Menengah. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 121–128. <https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3968>
- Iskandar. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kualitatif dan Kuantitatif)*.
- Jati, W. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store). *Pemasaran Kompetitif Manajemen Pemasaran, Vol. 1*, 127–138.
- Kaelan. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*. Yogyakarta: Paradigma
- Kasmir, dan J. (2013). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, dan K. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12 J)*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan A. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen (13 Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan A. (2017). *Pemasaran (Pertama)*. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, P. dan K. K. (2013). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan K. L. (2016). *Marketing Manajemen (15th ed.)* Edition: Pearson Education. Inc New Jersey
- Laksana, M. . (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar
- Limakrisna, N. dan P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*. Jilid 2. Mitra Wacana Media: Mogor
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Berbasis Kompetensi (13th ed.)*. Edisi Ke-3. Jakarta: Salemba Empat
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama)*. Mitra Wacana Media: Jakarta
- Manullang, M. dan H. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka
- Muhammad Aditya Wilman, Muhammad Amir Mahfuzh, Muhammad Ervan Firdaus, Muhammad Fithyan, Maolana, & Muhammad Rifqi Muzakki. (2020). Analisis Aspek Pemasaran Segmentation, Targeting, Brand Positioning Dan Bauran Pemasaran Pada Cocolates Indonesia. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 2(1), 28–43.

- <https://doi.org/10.54783/jin.v2i1.105>
- Nadila. (2022). *Logo dan Simbol Instagram, Arti, Cerita, PNG, Merek*. 2022. <https://dengkul.com/logo-dan-simbol-instagram-arti-cerita-png-merek/>
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia. Hal 315
- Nitisemito S, A. (2012). *Manajemen Suatu Dasar dan Pengantar*. Arena Ilmu: Jakarta
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 136–149. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1883>
- Rahman et al, A. (2018). *Pengembangan Aplikasi Pembelajaran TIK Berbasis Web Menggunakan Metode Addie Untuk Siswa SMK*. ejournal.itas.ac.id
- Raihan, H. (2022). *Seberapa Besar “The Power Of Netizen” di Instagram ?* 22 Februari 2022. <https://goodstats.id/article/seberapa-besar-the-power-of-netizen-indonesia-di-instagram-ktfX4>.
- Sani, A. S. & A. N. (2022). Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Poduk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen, Vol. 1 No.*
- Satriadi, Satriadi, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.)). Samudra Biru
- Siskawati, I., & Yani, I. Y. (2021). Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Hijab Syar’i Azmah Muslimah. *Syar | Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 15–30. <https://doi.org/10.54150/syar.v1i1.32>
- Siswanto. (2012). *Pengantar Manajemen*. PT Bumi Aksara: Jakarta
- Solomon, M. R. dan E. W. . (2002). *Marketing Real People, Real Choise*. New Jersey: Prectice Hall
- Spradley, J. P. (2007). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Sudharma, Y. (2016). Analisis Strategi Digital Marketing Brodo. *Universitas Gadjah Mada*. Universitas Gadjah Mada
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarni, M. & J. S. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)* (Edisi ke 5). Edisi Ke-5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Sunyoto, D. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manejemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)* (3rd ed.). Jakarta: PT Buku Seru

- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media
- Terry, G. dan L. W. R. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta PT Bumi Aksara
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (13th ed.). Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Staticfaction*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. dan D. A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Wahdiniwaty, R. et al. (2019). Model Potensi Industri Kreatif Skala Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Sistem Informasi Geografis Di Kabupaten Bandung Barat Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 13*, p-ISSN 1907-235/ e-2597-615X.Pp. 54-60.
- Widarjono, A. (2015). *Statistik Terapan Edisi Pertama*. Yogyakarta: UPP STM YKPN
- Widyaningrum, P. W. (2016). Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. *Al Tijarah, 2(2)*, 230.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v2i2.744>
- Windarti, T. dan Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Jom FISIP, Volume 4 No. 2* Oktober 2017, pp, 1-10.