

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Impulsif Pada Konsumen E-Commerce Tokopedia Indoensia. *Studi Kasus di Surabaya*, 7.
- Deru R. Indika, C. J. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 25-31.
- Dewi, R. M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian produk sariroti kec.bekasi . *ecampus.pelitabangsa*, 1-8.
- Dewi Kurniawati, N. A. (2016). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika*, 193-197.
- Dinda Sekar Puspitasari, R. N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy go Lucky House). *Jurnal Common*, 71-79.
- Esti Purnamasari, I. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Ekonomi*, 1-10.
- Fathor, M. A. (2021). Eksplorasi Pemanfaatan Social Media Marketing Instagram Dalam Promosi Ekashogi. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology*, 11-17.
- Hanifa Khairunnisa, A. M. (2020). Strategi Promosi melalui Konten Instagram UNKL347. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 292-295.
- Hermawan, A. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Pada UMKM Rojo. *Smart Journal*, 1-17.
- Hikmareta, a. a. (2020). Pengaruh sosial media marketing pada instagram terhdap niat membeli melalui Brand Awareness sebagai variabel mediasi. *E-prosiding manajemen*, 2485-91.
- Idana, M. I. (2018). Strategi Media Daring Instagram Sebagai Media Promosi Salad Nyoo. *Jurnal Islamic Studies AL-MISBAH*, 14-17.
- Mitha Juliana, N. R. (2021). Pengaruh Promosi dan Sosial Media Terhadap MInat Beli Produk 3 Second. *Jurnal Management*, 1-7.

- Muhammad Hasyimsyah Batubara, N. A. (2021). Pelatihan Media Sosial Instagram Untuk Sarana Promos Ekowisata. *Jurnal Pengabdian Masyarakat As-Salam (JPMA)*, 1-7.
- Ni Wayan Chintia Pinarta, A. r. (2023). Strategi Pemasaran Konten Melalui Media Sosial Instagram Di Bali Coconut House. *Jurnal Widya Manajemen*, 60-65.
- Nyoko, A. (2021). Peran social media marketing selama masa pandemi COVID-19 pada industri kuliner di kota kupang. *Jurnal EKOBIS: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 1-10.
- Oktavinatoro, C. (2017). *Peran Konten Kreator Dalam Perancangan Video Instagram Liquid Group Yogyakarta*. Yogyakarta: Diploma thesis, (STIKOM).
- Pradiatiningtyas, D. (2016). Peran Instagram Dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 1-8.
- Putri, C. (2017). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Startup Bisnis*, 594-603.
- Putu Karin Pradnya Larasati, K. D. (2021). Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital . *Seminar Nasional Desain - SANDI*, 1-8.
- Renaldi, R. d. (2022). Peranan promosi penjualan dan citra merek terhadap keputusan Gen Z memilih menggunakan OVO. *Jurnal ekonomi, manajemen, akuntansi*, 131-45.
- Septiani, F. (2018). Pengaruh Promosi dan Produk Terhadap Minat Beli. *Jurnal Madani : Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humainora*, 399-415.
- Shelby Dhoz Basnet, A. A. (2023). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Jurnal of tourism and economic*, 22-30.
- Sulistiyowati, R. D. (2021). Pengembangan Pariwisata Melalui Nilai Budaya Berwawasan Lingkungan Budaya, Paradigma Baru Simbiosis Mutualisme. *Jurnal Terapung : Ilmu-Ilmu Sosial*, 26-32.
- Thabroni, G. (2021, January 11). *Metode Penelitian Deskriptif: Pengertian, langkah & Macam*. Retrieved April 27, 2022, from serupa.id: <https://serupa.id/metode-penelitian-dekriptif/>