

DAFTAR PUSTAKA

- Astalini, A., Darmaji, D., Kurniawan, D. A., & Azzahra, M. Z. (2022). Comparative analysis and student response relationships regarding the inquiry learning model on students' attitudes and character. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(4), 5907–5922. h
- Diah, 2018. *Pengaruh Testimoni dan Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo*. Skripsi, Universitas IAIN Ponorogo, Jawa Tengah.
- Giantika, G. G. (2019). Pemanfaatan Blog Pribadi Di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @annisast). *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1–9.
- Helianthusonfri, J. (2016). *Youtube Marketing: Panduan Praktis dan Lengkap Belajar Pembahasan lewat Youtube*. Jakarta: Elex Media Komputindo .
- Khotimah, S., Jayusman, H., & Kurniawati, I. D. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Laptop Pada CV. Gunung Madu Pangkalan Bun. 8(1).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Kusuma, Dwi Hendra. Tanpa tahun. *Pemasaran Direct Marketing*. Sumber Diunduh [11 mei 2017]
- Laily, I. M., Astutik, A. P., & Haryanto, B. (2022). Instagram sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam di Era 4.0. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 160–174. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v3i2.250>
- Lengkey, L. M. E., Kawengian, D., & Marentek, E. (2014). *Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Pengguna Iklan Di Harian Komentar Manado*.
- Mahdi, Ikramullah. 2018. *Pengaruh Iklan Instagram Terhadap Minat Pengunjung Komunikafe Di Makassar*. Skripsi, Universitas Negeri Alauddin, Makassar.
- Malik, T. R., & Kusumadinata, A. A. (2023). *Keragaman Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi*. 2.

- Murdiyanto, D. E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (1 ed.). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Pondaag, T. O., & Soegoto, A. S. (2016). *Evaluasi Strategi Promosi dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Astragraphia Tbk Cabang Manado*.
- Purbohastuti, A. W. (2021). *Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret*. 7(1).
- Qurniawati, R. S. (2018). Theoretical Review: Pemasaran Media Sosial. *Among Makarti*, 11(1). <https://doi.org/10.52353/ama.v11i1.159>
- Sandria, W., Rahmi, S., & Susanti, E. (2019). *Strategi Pemasaran Kain Kiloan Studi Kasus Toko Jambi Central Kota Jambi*. 30(2).
- Syafira, D., & Akbar, D. (2023). Penggunaan Digital Advertising Dalam Promosi Championship Event Oleh Myedusolve. *Bisnis Event*, 4(13), 1–9. 3
- Tjiptono Fandy, 2009, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, cetakan ketujuh, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Tomy, Retno Susanti, 2017. *Journal Management & Accountancy*. GLOBAL STIEUS Surabaya, Vol. 1 No. 2, page : 52-62.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*.