

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto Bambang dan Sofyan Herry. 2022. Peran Media Sosial Bagi Penguatan Bisnis UMKM di Kota Serang Banten. **Jurnal Riset Binis dan Manajemen Tirtayasa**. Hal 130-145.
- Bahari, S. 2017. Pengembangan Kurikulum Dasar dan Tujuannya. **Jurnal Ilmiah Islam Futura**. Hal 15-34.
- Hardani, dkk., 2020. **Metode Penelitian Kualitatif&Kuantitatif**. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group. Hal 150
- Hayatun Nufus, Trisni Handayani. 2022. Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). **Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi**. Hal 21-23.
- Hendayana, Y., Puspasari, A., Fitriyani, N., & Nabilla, N. 2024. Peran Promosi Penjualan Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Di *Maraca Books And Coffee*. **Jurnal Ilmiah Multidisplin**. Hal 96.
- Inderasari, E., Hapsari, D. A., Rosita, F. Y., Ulya, C. 2021. Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Iklan Layanan Masyarakat Bijak Bersosial Media di Radio Kota Surakarta. **Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarnya**. Hal 508-510.
- Instagram Features. 2024. Retrieved from <https://about.instagram.com/features>, Maret-minggu.
- Landsverk, K. H.,. 2020. **The Instagram Handbook**. Edition. UK: Prime Head Limited. Hal 25.
- Ludfi Djajanto. 2020.**Manajemen Pemasaran**. Malang: Polinema Press. Hal 37
- Miguna Astuti dan Agni R. Amanda.2020. **Pengantar Manajemen Pemasaran**. Yogyakarta: Deepublish Publisher. Hal 2.
- Marissa Grace Haque-Fawzi, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, H. Nurjaya & Denok Sunarsi. 2022. **Strategi Pemasaran**. Banten: Pascal Books. Hal 38.
- Nadya, R., Poetri, D., T. N., Caroline, N. M., Susanto, T., Valentino, N., & Utami, G.I. 2021. **Strategi Promosi Pada Media Digital/Online**. Hal 61.
- Nasrullah, Rulli. 2016. **Media Sosial Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi**. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal 11.

- Nurchahyo, F., & Wahyuati, A. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Restoran Mcdonald's Delta Plaza Surabaya. **Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen**. Hal 1-17.
- Nugroho, Riant, 2003. Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi dan Evaluasi. Jakarta: PT Elek Media Komputindo. hal 158
- Rustan, S. 2020. **layout**. Jakarta: CV Nulis Buku Jendela Dunia. Hal 20.
- Salestio, R., Ferdinand, A. T., & Sukresna, I. M. 2016. Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Strategi Promosi Penjualan, Brand Positoning, dan Perceived Quality yang Dipengaruhi Oleh Celebrity Endorser dan Inovasi Produk. **Jurnal Sains Pemasaran Indonesia**. Hal 141-151.
- SampoernaUniversity.2024.Retrievedfrom.<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/ruang-lingkup-penelitian>.Maret-Senen.
- Sri Lindawati, Muhammad Hendri ,J. H. 2020. Pemasaran Digital (J. S. dan W. M. Kifti (Ed)).**Jurnal Yayasan Kita Menulis**. Hal 20.
- Sudaryono. 2016. **Manajemen Pemasaran**. Yogyakarta: Cv Andi Offeset. Hal 20.
- Syafruddin. 2023. **Metodologi Penelitian Kualitatif**. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. Hal 27.
- Syah Arman. 2021. **Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan**. Jawa Barat: Cv Widina Media Utama. Hal 1.
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan. **Sanskara Manajemen Dan Bisnis**, 1(01), hal 31–42
- Yulia, L., & Setianingsih, W. (2020). Studi Manajemen Marketing Berbasis Online (Penelitian Pada Umkm Produksi Mebel Di Babakan Muncang Tamansari Kota Tasikmalaya). **Jurnal Maneksi**, 9(1), hal 346–354.
- Yulianti. 2019. Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau dari Prespektif Ekonomi Islam. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Hal 35.
- Yulika, N. L. E. C., Budiarta, I. W., Susanthi; I. G. A. A. D. 2022. Analisis Makna, Pesan, dan Retorika dalam Iklan Kita Bisa. **Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarnya**. Hal 472.