

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2015. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi
- Boone, Louis E. Dan Kurtz, David I. 2015. Contemporary 17th edition.
- Kotler, Keller, 2019, Manajemen Pemasaran Edisi Melinium Jakarta: Perhalindo.
- Malau, Herman, 2017, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Alfabeta.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). Administrasi penjualan. *Yogyakarta. Indomedia Pustaka*.
- Nainggolan, N. T., Munandar, M., Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, F., Hastuti, P., dan Kusuma, A. H. P. (2018). Perilaku Konsumen Di Era Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Priansa, Donni., 2017, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*, Bandung : CV Pustaka Setia.
- Sugiyono, 2016, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Sulianta, Feri., 2015, *Keajaiban Media Sosial*, Jakarta, Elex Media Kompetindo. Swastha, 2014, Administrasi Penjualan, BPFE: Yogyakarta.
- Tersiana, Andra. *Metode penelitian*. Anak Hebat Indonesia, 2018.
- Wibowo, 2015 *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Yusi, Syahrman, Umiyati Idris., 2016, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi Bisnis dan Sosial*. Palembang : Unsri Press.
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada *Home Industry* Baso Aci Mahira Lamongan.

- Latif, A. A. . (2022). Rancangan penerapan strategi promosi melalui instagram di perpustakaan (*Action Research* Tentang Strategi Promosi Perpustakaan melalui Instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kota Tasikmalaya).
- Zahra Nur Annisa, & Dhyah Wulansari. (2024). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI STAFFEE.CA BOUQUET SIDOARJO. *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 6(4), 31–40.
- Arsriani, I. A. I., & Darma, G. S. (2013). Peran Media Sosial Online Dan Komunitas Terhadap Keputusan Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10, 48-68.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1, 25-32.