

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiffatus Sholihah. 2018. Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi. ( Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta ). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Andreas Kaplan dan Michael Haenlein. (2010). User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, Business Horizons.
- Tasya, N. P. I. P., & Cipta, W. (2021). Pengaruh Rasio Aktivitas dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(1), 21-29.
- Basu Swastha dan Irawan. 2013. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty,. Yogyakarta
- Bungin, Burhan. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : Rajawali Pers
- Dewi Untari dan Dewi Endah Fajariana. 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). Volume 2 No. 2 September 2018 P-ISSN 2550-0805 E-ISSN 2550-0791
- Ebert, Ronald J. , Griffin Ricky W., 2015. Pengantar Bisnis, edisi kesepuluh,. Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller,*Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. (Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 59.
- Lidwina, Andrea. (2020). Covid-19 dari wabah jadi Pandemi. <https://katadata.co.id/infografik/2020/03/16/Covid-19-dari-wabah-jadipandemi>. Diakses pada tanggal 15/03/2022.
- Maulana. *Statistika dalam penelitian pendidikan*,(Sumedang: UPI. Sumedang Press,2016), hal. 57.
- Martin. 2015. “Working Capital Management: Everything You Need to Know.” *Cleverism*. Mar 22. <https://www.cleverism.com/working-capitalmanagement-everything-need-know/>.
- Mikharisti Tampubolon, Yuliani Rachma Putri dan Nur Atnan. 2016. Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun

@CREMATOLOGY). ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management : Vol.3,  
No.2 Agustus 2016 | Page 2421

*Moleong, Lexy.2014. Metode Penelitian Kualitatif , Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya,. Bandung*

*Morissan. 2013. Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa. Jakarta: Kencana.*

Muhison Salafudin. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pemalang. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

*Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan. Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.*

Puntoadi, Danis (2011) Meningkatkan penjualan melalui media sosial. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Q Nushan Musyaffa dan Amri Dunan. 2019. Strategi Komunikasi Pemasaran Popolo Coffee Melalui Akun Instagram. Jurnal Diakom | Vol. 2 No. 2, Desember 2019: 159-166 DOI: 10.17933/diakom.v2i2.59 | e-ISSN: 2623-1212 (online)

*Rakhmat, Jalaluddin., & Ibrahim, Idi Subandy. (2016). Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya Edisi Revisi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media*

Soesanto E., A., P. (2013). “Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop). Surabaya: UPN Veteran Jatim.

*Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,. Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta*

Yohana Asmaradewi. 2019. Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Café Mas Bro. Universitas Semarang.

Yulianti. 2019. Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung). Universitas

Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Sidiq, A. (2017). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun@fuadbakh) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung)

Buchari. (2019). Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta.

Aziz, A. (2020). PERSONAL SELLING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PT GRAHITA INDONESIA (Studi Kasus Pada Grahita Indonesia Cabang Tangerang Selatan). *Jurnal Akrab Juara*, 5(4), 103-118.

Erwinsyahbana, T., & Ramlan, R. (2017). PENELITIAN KUALITATIF BIDANG ILMU HUKUM DALAM PERSFEKTIF FILSAFAT KONSTRUKTIVIS. *Borneo Law Review*, 1(1), 1-19.

Sihotang, R. E., & Malau, R. M. U. (2020). Pengelolaan User-generated Content Sebagai Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun Instagram@ thehousetourhotel. *eProceedings of Management*, 7(1).

Erwinsyahbana, T., & Ramlan, R. (2017). PENELITIAN KUALITATIF BIDANG ILMU HUKUM DALAM PERSFEKTIF FILSAFAT KONSTRUKTIVIS. *Borneo Law Review*, 1(1), 1-19

Ilyas, F. (2021). Analisis Swot Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kebijakan Masyarakat (PPKM) Terhadap Dampak Ekonomi di Tengah Upaya Menekan Laju Pandemi Covid-19. *Jurnal Akrab Juara*, 6(3), 190-198.

Yahdin, L., & Rusnanda, Y. A. (2020). Sebelas Bulan Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Kognisia*, 26 January 2021.

Tuwu, D. (2020). Kebijakan pemerintah dalam penanganan pandemi Covid-19. *Journal Publicuho*, 3(2), 267-278.