

DAFTAR PUSTAKA

- Dicky Perwira Ompusunggu, S. A. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Kosmetik Hi.Makeup Di kota Palangkaraya . *Jurnal P4I*, 7.
- Fajriandri, W. S. (2022). Analisis Strategi Digital Marketing Skin Game dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram. *Karya Ilmiah*, 93-97.
- Ferdian, M. M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Hijab Deenay. *Telkomuniversity.openlibrary*, 10-20.
- Fikardi, A. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan Produk Kebab Durian Daeng Mappako. 8-30.
- Fujiawati, F. S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. . *JPKS (Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni)*, 6(1). *Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*., 35.
- Gabriela Medeline, E. H. (2019). Pemilihan Dan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Ascenta Tour . *Prologia* , 7.
- Hanifa, N. A. (2022). Utilization of Instagram social media in Managing Online Business for MSMEs . *Injuratech*, 6.
- Hapidullah, A. R. M., Wardhana, A., & Pradana, M. (2022, September). The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction And Its Impact On E-commerce Customer Loyalty. *Proceeding of the 3rd Asia Pacific Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. <https://doi.org/https://doi.org/10.46254/AP03.20220796>
- Indrawati, Yones, P. C. P., & Muthaiyah, S. (2023). eWOM Via The TikTok Application And Its Influence On The Purchase Intention Of Somethinc Products. *Asia Pacific Management Review*, 28(2), 174–184. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.07.007>
- Islami, R. B., Wardhana, A., & Pradana, M. (2021). The Influence of Social Media Influencer and Product Quality on Purchase Decisions (Case Study on Promotion of Hand & Body Lotion Scarlett Whitening in Instagram). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 560–567. <https://doi.org/10.46254/eu04.20210339>
- Kaplan & Haenlein. (2010). Users of the world, united ! the challenges and opportunities of social media. *Businnes Horizons*.
- Kotler & Armstrong. (2008). Prinsip - Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid . *Jakarta : Eirlangga*.
- Kotler & Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. *Penerbit Eirlangga. Jakarta*.
- Kotler & Keller. (2016). Marketing Management 15th Edition. *Harlow : Pearson Education Limited*.

- M Braniwati, A. B. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta . *GIAT: Teknologi untuk Masyarakat* , 12.
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (n.d.). *PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM INTERAKSI SOSIAL ANTAR MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNSRAT MANADO*.
- Novianto, Y. H. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Social Engagement Pada Kedai Bintoro kopi. *GIAT: Teknologi untuk Masyarakat*.
- Pahlephi, R. D. (2022). Mengenal Pengertian Pemasaran Online, Channel, dan Keuntungannya. *detikfinance*, 8.
- Puspitarini, D. S. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. .
- Rani Julianti, H. M. (2024). The Use of Social Mediaas a Means of Tourism Promotion City of Pagar Alam (Case Study on Instagram Account @greenparadise_pga16). *Publishing*,10. repository.metrouniv. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi BPRS Aman Syariah Sekampung). *metrouniv.*, 15-30.
- Salafudin, M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pematang. *metrouin.*, 17-35.
- Samosir, J., Purba, O., Ricardianto, P., Dinda, M., Rafi, S., Sinta, A., Wardhana, A., Anggara, D., Trisanto, F., Endri. (2023). The Role of Social Media Marketing and Brand Equity on E-WOM: Evidence from Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 7(2), 609-626. DOI: 10.5267/j.ijdns.2023.3.010. <https://growingscience.com/ijds/Vol7/ijdnsVol7No2.html>.
- Setiadi, A. (2012). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *AMIK BSI Karawang*, 7.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16 (2).
- Setiawan, R. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Online (Studi Kasus pada Akun @nanisaproject). *Volume 7 Nomor 3 Tahun 2023* , 9.
- Sidik, A. P. (2019). Pola Komunikasi Mahasiswa Di Media Sosial. *Pola Komunikasi Mahasiswa Di Media Sosial. Common*, 3(1), 26-33.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D.

Bandung;Alfabeta.

- Tandra, H. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @BEAUTEBOX_ID sebagai media promosi kosmetik. *Karya Ilmiah*, 41-50.
- Ula, E. K. (2022). Utilization of Instagram as a Marketing Media (Case Study of Online Buying Services @my_shopper.id). *Sinomics Joutnal*, 12.
- Vandora, V. B. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Online Di Kabupaten Sintang Kalimantan Barat. *APMD*, 69.
- Vitri Nainggolan, S. A. (t.thn.). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UNSART Manado . *E-Journal UNSRAT*, 5-7.
- Winda Romaboida Situmorang, R. H. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi dan Representasi Diri . *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 3- 5.
- Yuni, A., Roziadah, N., & Wirawanda, Y. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE PADA AKUN INSTAGRAM ONLINE SHOP @QUEENNHOFASHION*.