

DAFTAR PUSTAKA

- Anisyahrini, R., & Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line Di Instagram. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.24198/Prh.V3i2.18920>
- Bimantara, P. (2017). Proses Komunikasi Pemasaran Personal Selling. *Jike*, 1(1), 16–27. <https://media.neliti.com/media/publications/265278-proses-komunikasi-pemasaran-personal-sel-3620dafa.pdf>
- Citra Novita¹, A., Tumbuan², W. J. F. A., Tielung³, M. V. J., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Sulutgo Cabang Utamamanado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 728–737. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/11655/11247>
- Darmawaan, G. (2021). *E-ISSN: 2686-5009 Implementasi Marketing Mix Dan Relationship Marketing Pada Pd Karya Bearing Motor, Bekasi*.
- Ediana Latip, A., Suparman, A., & Nadiroh. (2021). *Difusi Inovasi Pembelajaran Tematik* (Cetakan Pe). Unj Press.
- Fajarina. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Kerajinan Pada Masa Pandemi Covid-19 Oleh Ibu-Ibu Pkk Di Jakarta Utara. *Jurnal Abdimas*, 7(3), 217–222.
- Groeger, L., & Buttle, F. (2014). Word-Of-Mouth Marketing Influence On Offline And Online Communications: Evidence From Case Study Research. *Journal Of Marketing Communications*, 20(1–2), 21–41. <https://doi.org/10.1080/13527266.2013.797736>
- Ii, B. A. B., Mongkau, A. A., Warouw, D., Mingkid, E., & Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, R. S. (2018). Strategi Komunikasi Sales Dalam Memasarkan Mobil Bekas Di Kota Manado (Studi Pada Showroom Mobil Bekas Di Wilayah Kecamatan Malalayang Kota Manado). *E-Journal "Acta Diurna," Vi*(April), 7–71.
- Khan, G. F. (2017). Social Media For Government- A Practical Guide To Understanding, Implementing, And Managing Social Media Tools In The Public Sphere. In *Social Media For Government*.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.V3i1.12963>
- Miles, J. (2014). Instagram Power : Build Your Merek And Reach More Customers With The Power Of Pictures. In *Mcgraw-Hill Education* (Vol. 5, Issue 3).
- Miles, M. B., & Huberman, M. A. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook 3rd Edition. In *Sage Publication, Inc. California 91320* (3rd Ed.). Sage Publications, Inc. <https://id1lib.org/book/3593988/83e08f?dsource=Recommend>

- Moniz, K., & Bishop, T. (2016). Principles And Techniques Of Marketing Management. In *College Publishing House* (Revised Ed). College Publishing House 48 West 48 Street, Suite 1116, New York, Ny 10036, United States. <https://www.pdfdrive.com/swot-analysis-d53303223.html>
- Mufiddah, A. (2019). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Owner Online Shop By_Kk). *Journal*, 53(9), 1689–1699. http://etheses.iainponorogo.ac.id/8539/1/Ilovepdf_Merged.pdf
- Nuraeni, S. D., & Suryawardani, B. (2017). Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Pt.Niion Indonesia Utama Pada Tahun 2017. *E-Proceeding Of Applied Science*, 3(2), 280–285.
- Pamungkas, M. Z., & Sastika, W. (2021). Analisis Pengembangan Komunikasi Pemasaran Interaktif Pada Media Sosial Instagram Pt. Telekomunikasi Indonesia Sto Banjarn, Bandung Tahun 2021 *Interactive Marketing Communication Development Analysis On Social Media Instagram Pt. Telekomunikasi Indonesia*. 7(5), 1018. <https://apji.or.id/>,
- Pan, Y., Torres, I. M., & Zúñiga, M. A. (2019). Social Media Communications And Marketing Strategy: A Taxonomical Review Of Potential Explanatory Approaches. *Journal Of Internet Commerce*, 18(1), 73–90. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1567187>
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. P. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Pt Fajar Interpratama Mandiri Penerbit.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *Wacana, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>
- Sharp, B. (2017). *Marketing : Theory, Evidence, Practice* (Second Edi). Oxford University Press, 253 Normanby Road, South Melbourne, Victoria 3205, Australia.
- Siti Rohmah. (2021). *Teori-Teori Komunikasi* (Juni 2020). Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Sunan Gunung Djati Bandung.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi Promosi Pemasaran. *Fkip Uhamka*, 1–309.
- Summers, T. (2017). *Media , Mass Communication And Society* (T. Summers (Ed.)). The English Press, 5 Penn Plaza, 19th Floor, New York, Ny 10001, Usa.
- Walsh Phillips, K. (2020). Instagram For Business. In *Entrepreneur Press, Publisher* (Vol. 5, Issue 3). Entrepreneur Press, Publisher.
- Widyastuti, S. (2017). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu : Solusi Menembus Hati Pelanggan. In *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasila* (Issue 2). Feb-Up Press Srengseng Sawah, Jagakarsa Jakarta Selatan 12640. http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1300/J054v03n02_03

Sumber Lainnya

<https://DataIndonesia.Id/Digital/Detail/Whatsapp-Rajanya-Media-Sosial-Di-Indonesia-Pada-2021>

<https://DataIndonesia.Id/Digital/Detail/Pengguna-Media-Sosial-Di-Indonesia-Capai-191-Juta-Pada-2022>