

## DAFTAR PUSTAKA

- Suharso, P., & Pramesti, A. (2020). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66-74. doi:<https://doi.org/10.24269/pls.v3i2.2074>
- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Rajawali Pers.
- Berman, & Evan. (1992). *Retail Management (1st ed.)*. A Strategic Approach.
- Cambie, Ooi, & Yang-May. (2009). *International Communication Strategy Developments In Cross-Cultural Communication: Developments In Cross-Cultural Communication, PR and Social Media*. Kogan Page.
- Hennig-Thurau. (2004). Electronic Word of Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motives Consumers to Articulate Themselves On the Intene. *Journal of Interactive Marketing*, 1(18).
- Kennedy, J., & Soemanagara, D. (2006). *Marketing Communication- taktik dan strategi (2nd ed.)*. PT Buana Ilmu Populer.
- Kerpen, D. (2011). *Likeable Social Media (The McGraw)*.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran (12th ed.)*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (1992). *Marketing*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran (11th ed.)*. Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15e ed.)*. Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Manggaga, I. P. (2022). Analisis Aisas Selebriti Korea Dalam Iklan Produk Indonesia. *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, IV(2), 38–46.
- McQuail. (1987). *Teori Komunikasi Massa (2nd ed.)*. Penerbit Erlangga.
- Moleong, L. . (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdyakarya.
- Morissan. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenadamedia Group.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. GP Press Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya, dan Sositologi (Simbiosis R)*.
- Newman, W. L. (1997). *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approache*. Allyn & Bacon.
- Newman, W. L. (2000). *Social research methods qualitative and quantitative approaches (Allyn & Bacon (eds.); 4th ed.)*. Needham Heights.
- Putranto, A. W., & Fajry, N. A. (2018). *Content Marketing Strategies via Instagram for Indonesian Libraries*.

- Rahardjo, M. (2012). *Model Pembelajaran Inovatif*. Gava Media.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Retnowati, N. D., Indrianingsih, Y., & Honggowibowo, A. S. (2019). Pemanfaatan Endorse Dan Hashtag Untuk Pemasaran Produk Menggunakan Instagram Pada UMKM Di Kecamatan Patuk Kabupaten Gunung Kidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 69–80. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v3i1.530>
- Robert, Y. K. (2012). *Studi Kasus Desain & Metod*. Raja Grafindo Jakarta.
- Sekaran, & Bougie. (2013). *Research methods for business : a skill-building approach* (6th ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & RND* (Alfabeta (ed.)).
- Supriyatno, H. (2019). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. *Indonesian Journal of Academic Librarianship*, 3(3), 33–45. <https://techno.okezone.com>
- Yin, R. . (2002). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Raja Grafindo Jakarta.

