

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul.M. Cristyani.L, PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI LIBRARY BASED COMMUNITY (STUDI KASUS KOMUNITAS PERPUSTAKAAN JALANAN SOLO, Universitas diponegoro.
- Bagus Riyantoro dan Ati Harmoni. 2013. Efektivitas iklan melalui jejaring sosial sebagai salah satu strategi pemasaran kripik pedas maicih. Vol 5, ISBN : 1858-2559
- Baharuddin dan esa nur wahyuni, 2007. *Teori belajar dan pembelajaran*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Cahyani M, lutfia M. Pengaruh Media Sosial Terhadap Omzet penjualan di outlet central it gresi. No.1. Vol 7. 70-78
- Erdogmus, I. E., & Çiçek, M. (2012). The impact of social media marketing on brand loyalty. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58:1353-1360.
- Fandy Tjiptono., Gregorius Chandra., dan Dedi Adriana., 2008, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. edisi 2 Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Gozhali, imam 2010."aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS". Semarang : UNDIP.
- Harto D, Rini S, Dkk. 2018. Penerapan
- Chaffey, Dave, Richard Mayer, Kevin Johnston dan Fiona Ellis -Chadwick, 2000, *Internet Marketing: Strategy, Implementattion And Practice*, Pearson Education Limited, London, England.
- Abdul, Kadir. (2017). Pengenalan Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi Offset Ancok, Djamaludin. (2018). Kepemimpinan dan Inovasi. Jakarta: Erlangga
- Sholeh, Rachmad (2019). Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Volume Penjualan Ritel di Kota Mojokerto. *Jurnal Optima*. Vol. 3, No. 1 (2019).
- Arief, Giri Maulana dan Heppy Millianyani. 2015. *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: And
- Helianthusonfri, Jefferly. *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Elex Media Komputindo, 2020
- HELIANTHUSONFRI, Jefferly. *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Elex Media Komputindo, 2020.
- Munoz, Caroline Lego, and Terri L. Towner. "The image is the message: Instagram marketing and the 2016 presidential primary season." *Journal of political marketing* 16.3-4 (2017): 290-318.

- Munoz, C. L., & Towner, T. L. (2017). The image is the message: Instagram marketing and the 2016 presidential primary season. *Journal of political marketing*, 16(3-4), 290-318.
- MUNOZ, Caroline Lego; TOWNER, Terri L. The image is the message: Instagram marketing and the 2016 presidential primary season. *Journal of political marketing*, 2017, 16.3-4: 290-318.
- Khan, Saima. "Instagram as a marketing tool for luxury brands." *International Journal of Management, Business and Research* 8.2 (2018): 126.
- Khan, S. (2018). Instagram as a marketing tool for luxury brands. *International Journal of Management, Business and Research*, 8(2), 126.
- KHAN, Saima. Instagram as a marketing tool for luxury brands. *International Journal of Management, Business and Research*, 2018, 8.2: 126.
- Arief, G. M., & Millianyani, H. (n.d.). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SUGAR TRIBE THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING VIA INSTAGRAM ON PURCHASE INTENTION OF SUGAR TRIBE CONSUMERS.*
- Aurora Lubis, T., Ekasari, N., & Perdana Siregar, A. (2022). Pelatihan Digital Marketing sebagai Strategi Perluasan Pangsa Pasar Produk Souvenir di Desa Pudak Kabupaten Muaro Jambi. *JITDM*, 4(1).
- Di Desa Sungai Ning Kota Sungai Penuh Tahun, S., Liantifa, M., & Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, S. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sakti Alam Kerinci* (Vol. 1).
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FOLLOWERS ONLINE SHOP INSTAGRAM @KPOPCONNECTION. *Jurnal Ilmu Komunikasi* |, 10(1), 39–50.
- Made, N., Dewi, P., Imbayani, G. A., Ribek, P. K., Ekonomi, F., Universitas, B., & Denpasar, M. (n.d.). *Vol 2 Nomor 2 Februari 2021 28 PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI E-WORD OF MOUTH PADA GIVANDA STORE DENPASAR.*
www.validnews.id,
- Muharam, A. N., Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (n.d.). *Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk Boci Baso Aci (Studi Kasus Pada PT. AA Mapan Perkasa Tahun 2020).*
Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi 5(2) (2022) | 137. (n.d.).
- Sholeh, R., & Huda, D. K. (n.d.). *PENGARUH KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP VOLUME PEJUALAN RITEL DI KOTA MOJOKERTO.*