

## DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku:

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya
- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek*. Cetakan 28. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hardani, Ustiawaty, J. A. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Kab. Sukabumi: CV Jejak, anggota IKAPI
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jilid satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*. edited by 15th: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan I. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*.

Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra ilmu.

Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: DEEPUBLISH

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

Sashi, C. M. 2012. *Customer engagement, buyer-seller relationships, and social media*. *Management Decision* 50 (2):253–272.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA

Jurnal dan skripsi:

Abdillah, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2), 309–325. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>

Aryawan, I. W., & Karana, N. I. M. D. A. H. (2020). Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi PENGUNJUNG DI WATERBOM BALI ( Studi Kasus di Departemen Sales dan Marketing PT . Bali Ocean Magic Kuta , Bali ). *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*. 21(2), 40–50. <http://ejournal.undwi.ac.id/index.php/ilkom/article/view/959>

Boer, P., & Nugrahani, R. U. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Bright Gas oleh PT . Pertamina ( Persero ) pada Akun Instagram @ brightgas. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(Machfoedz 2010), 2019. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>

Farida, N. (2014). Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb>

[/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Ahttp://www.iosrjournals.org](http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Ahttp://www.iosrjournals.org)

- Kurnianti, A. W., & Tidar, U. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI PENGGERAK DESA WISATA KABUPATEN WONOSOBO PROVINSI JAWA TENGAH. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 180–190. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.24>
- 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>
- Lim, Y., Y. Chung, and P. A. Weaver. 2012. The impact of social media on destination branding. *Journal of Vacation Marketing* 18 (3):197-206. <https://doi.org/10.1177%2F1356766712449366>
- Rizky, N., & Setiawati, S. Di. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HALOA CAFÉ. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 178–190. <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Rose, E., Lukiani, M., Rizka, A. N., & Afandi, T. Y. (2021). Peran Instagram dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Remaja. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 97–104. <https://doi.org/10.29407/ja.v5i1.15969>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20935>

Internet:

Elmira, Putu. (2019, 27 Oktober). Cerita Akhir Pekan: Jam Tangan Lokal di Tengah Persaingan Global. [www.liputan9.com](http://www.liputan9.com) . (diakses: 18 Mei 2021)

Haryanto, A. T. (2021, 23 Febuari). Pengguna Interner Indonesia Tembus 202,6 Juta. [www.inet.detik.com](http://www.inet.detik.com) . (diakses: 24 Maret 2021)

Syofyan, Almur. (2021, 22 Maret). Eboni Watch, Jam Tangan Kayu Buatan Tangan Pemuda Klaten. [www.tribunjogjatravel.tribunnews.com](http://www.tribunjogjatravel.tribunnews.com) . (diakses:18 Mei 2021)

<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/02> (diakses 24 Maret 2021)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia> (diakses 29 Juni 2021)

<https://www.oberlo.com/blog/best-time-post-social-media> (diakses 15 Januari 2022)

<https://www.goldenpin.org.tw/en/project/eboni-cakra/> (diakses 15 September 2021)

<https://www.matoa-indonesia.com/prestasi/> (diakses 02 Febuari 2022)

<https://journal.moselo.com/woodka-bicarakan-pasar-tren-dan-budaya-f60598eb9ed2> (diakses 02 Febuari 2022)