

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.  
Ul'fah Hernaeny, M. P. (2021). *POPULASI DAN SAMPEL*. Pengantar Statistika.

### Jurnal

- Abrori, H. (2018). *Humas Sebagai Method of Commucation Dalam Membentuk Image Madrasah*. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 161-166.
- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2021). *Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online* . *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215-222.
- Astuti, P. (2018). *Penggunaan Metode Black Box Testing (Boundary Value Analysis) Pada Sistem Akademik (Sma/Smk)*. *Faktor exacta*, 11(2), 186-195.
- Darmawan, D., Sudrajat, I., Maulana, M. K. Z., & Febriyanto, B. (2021). *Perencanaan Pengumpulan Data sebagai Identifikasi Kebutuhan Pelatihan Lembaga Pelatihan*. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 71-88.
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). *Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen*. *Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen*, 5(1), 287-292.
- Elronny, E., Hairudinor, H., & Syafari, M. R. (2021). *Pengaruh kepemimpinan transformasional dan kompensasi terhadap kinerja karyawan PT Melati Soeroza Indah Perdana*. *Jurnal bisnis dan pembangunan*, 10(1), 73-83.
- Fadly, H. D., & Sutama, S. (2020). *Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19*. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 213-222.
- Fauzi, A., Noviyanti, D., Ramadhan, S., & Peronika, E. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERAN DAN FUNGSI ANGGARAN PENJUALAN PADA PERUSAHAAN DAGANG ATAU JASA: PEMASARAN, KEUANGAN DAN EKONOMI (LITERATURE REVIEW MSDM)*. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 2(3), 241-252.
- Ferdiana, A.M.K., and Darma, G.S. (2019). *Understanding Fintech Through Go-Pay*, *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4 (2): 257-260
- Handhayani, M., Arif, E., & Dewi, R. S. (2020). *Pergeseran Budaya Komunikasi Di Era Media Baru (Studi Kasus Penggunaan Laporan oleh Masyarakat Kota Solok)*. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 124-133.
- Heryanto, C. A., Korangbuku, C. S., Djeen, M. I., & Widayati, A. (2019). *Pengembangan dan Validasi Kuesioner untuk Mengukur Penggunaan Internet dan Media Sosial dalam Pelayanan Kefarmasian*. *Indonesian Journal of Clinical Pharmacy*, 8(3), 175-187.

- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1).
- Hijriani, A., Muludi, K., & Andini, E. A. (2017). Implementasi metode regresi linier sederhana pada penyajian hasil prediksi pemakaian air bersih pdam way rilau kota bandar lampung dengan sistem informasi geofrafis. *Jurnal Informatika Mulawarman*, 11(2), 37-42.
- Jojo, I., Simanjuntak, V. G., & Hidasari, F. P. (2019). PENGARUH METODE PEMBELAJARAN PROBLEM BASED LEARNING TERHADAP HASIL BELAJAR LOMPAT JAUH SISWA SMPK IMMANUEL 2. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 8(3): 2-8.
- Kurniawan, I. B., Kurniawati, N. S. E., & Puniawan, I. M. E. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Mahasiswa Saat Pandemi Covid-19 Di Bali. *JUIMA: JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 11(1): 15-28.
- Labaso, S. (2018). Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 289-311.
- Masyita, E., & Harahap, K. K. S. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Menggunakan Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*, 1(1), 33-46.
- Mukmin, B. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 5(1), 97-112.
- Munir, M. (2018). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik. *Intizam, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 78-94.
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 693-702.
- Pradita, R. A., & Suryono, B. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 8(2): 1-18.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman. *Jurnal Sains dan Informatika*, 5(2), 128-137.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online . *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128-137.
- Pratiwi, A. A. M. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73-81.
- Pratiwi, T. S., Insani, P., Fitrianti, L., Sari, C. N. I., Siburian, N., & Wardi, J. (2021, August). Pengaruh Media Terhadap Opini Milenial Tentang Vaksinasi. In *SENKIM: Seminar Nasional Karya Ilmiah Multidisiplin (Vol. 1, No. 1, pp. 60-64)*.
- Putra, D. A., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Angkutan Kereta Api (studi Pada Stasiun Bandung. *eProceedings of Management*, 7(1): 1211-1218.

- Qurniawati, R. S. (2018). Theoretical Review: Pemasaran Media Sosial. *Among Makarti*, 11(1): 17-27.
- Raharja, U., Harahap, E. P., & Devi, R. E. C. (2018). Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas pada Raharja Internet Cafe Terhadap Kegiatan Perkuliahan Pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Teknoinfo*, 12(2), 60-65.
- Safira, A., Hendriana, H., & Yuliani, W. (2021). VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGGKET KESADARAN KARIER. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(4), 285-290.
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Pro Mark*, 10(1): 1-7.
- Setyaningsih, L. A., & Jatmikowati, S. H. (2019). Media Baru Dalam Komodifikasi Waktu Luang Ibu Rumah Tangga. *ETTISAL: Journal of Communication*, 4(1): 25-34.
- Sinatrya, P., & Aji, S. U. (2020). Efektivitas Model Pembelajaran Flipped Classroom Daring Menggunakan Media Sosial Instagram di Kelas X SMK. *Primatika: Jurnal Pendidikan Matematika*, 9(2), 81-90.
- Sudarsono, B., & Rahman, M. T. (2020). Dampak Coronavirus Diseases (Covid 19) Terhadap Perilaku Konsumen Penggemar Kopi Giras Di Jawa Timur. *Eco-Entrepreneur*, 6(1), 15-24.
- Sugiono, E., Efendi, S., & Al-Afgani, J. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi, Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Pt. Wibee Indoedu Nusantara (Pustaka Lebah) Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(1), 718-734.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur\_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur\_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Utami, A. H. (2021). Media baru dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media dalam Interaksi Keluarga New Media and Youth: Changing Forms of Media in Family Interactions. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi dan Komunikasi Kepustakawanan*, 11(1), 8-18.
- Wibowo, B. S., & Haryokusumo, D. (2020). Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-commerce, Sosial Media Instagram dan Digital Marketing terhadap keputusan Instant Online Buying Konsumen Generasi Millennial. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 86-99.
- Wisuda, I. K. P. (2019). Efektivitas Pemasaran Jasa Photography Melalui Media Sosial Instagram di Bali. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 169-184.
- Yulika, R. (2022). Analisis Peluang dan Tantangan dalam Pemasaran Produk PT. Jaminan Pembiayaan Askrido Syariah Cabang Medan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 2(1), 47-56.

**Website**

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022> (diakses Agustus 2022)

<https://senyumkita.com/sejarah-senyum-Community/> (diakses Agustus 2022)