

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, D. . Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. (D. P. Rapanna, Ed.) (Cetakan 1,). CV. syakir Media Press.
- Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.37535/104001120213>
- Angelia, D. (2022). Rajai Jumlah Unduhan Terbanyak, Bagaimana Statistik TikTok? Retrieved January 4, 2022, from [https://goodstats.id/article/rajai-jumlah-unduh-an-terbanyak-bagaimana-statistik-tiktok-ASDfx#:~:text=Berdasarkan demografi%2C mayoritas pengguna TikTok,35 persen pada tahun 2021](https://goodstats.id/article/rajai-jumlah-unduh-an-terbanyak-bagaimana-statistik-tiktok-ASDfx#:~:text=Berdasarkan%2C%20mayoritas%20pengguna%20TikTok,35%20persen%20pada%20tahun%202021).
- Arianto, B. (2020). Peran Buzzer Media Sosial Dalam Memperkuat. *Jurnal Optimum*, 10(1), 52–65.
- Ayu, N. (2021). *Pengaruh social media marketing melalui instagram terhadap keputusan pembelian pada hope store Bulukumba*. SI Thesis, Nobel Indonesia Institute. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia. Retrieved from <http://hdl.handle.net/123456789/430>
- Be Why Digital. (2019). Fungsi Hilight Instagram. Retrieved November 12, 2022, from [https://bewhydigital.com/apa-fungsi-highlight-instagram/#:~:text=Memuat banyak konten dan bisa,apalagi jika konten kamu menarik](https://bewhydigital.com/apa-fungsi-highlight-instagram/#:~:text=Memuat%20banyak%20konten%20dan%20bisa%20apalagi%20jika%20konten%20kamu%20menarik).
- Budiman, M. C., & Putra, A. (2021). MOTIF PENGGUNA AKUN TINDER DI KOTA BANDUNG (Studi Fenomenologi Mengenai Motif Mahasiswa pengguna Tinder di Bandung). *Universitas Telkom*, 8(3).
- Citra Raya. (n.d.). About Us. Retrieved October 27, 2022, from <https://citraraya.com/about-us/>
- Dewi, S. N., Riyadi, J. S., & Haryanto, A. T. (2019). DIMENSI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM DI WILAYAH BOYOLALI DENGAN KEMAMPUAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 92

4(2), 36–44.

- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Fadhil, A., & Mustikasari, A. (2020). PENGARUH PROMOSI SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS (CASE STUDY: PT RAPID TEKNOLOGI INDONESIA PADA TAHUN 2020), 6(2), 1358–1365.
- Giantika, G. G. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Zoya Melalui Instagram @zoyalovers (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @zoyalovers). *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 37–42. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/7467>
- Gupta, V. (2019). The influencing role of social media in the consumer's hotel decision-making process. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(4), 378–391. <https://doi.org/10.1108/WHATT-04-2019-0019>
- Gurnelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. Mc Graw Hill.
- Haekal, M. M. (2020). Strategi Instagram Marketing yang Wajib Anda Coba di 2022. Retrieved June 20, 2022, from <https://www.niagahoster.co.id/blog/instagram-marketing/>
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. (H. Sazali, Ed.) (Cetakan Pe). Wal ashri Publishing.
- Hasan, M., & Sohail, M. S. (2020). The Influence of Social Media Marketing on Consumers' Purchase Decision: Investigating the Effects of Local and Nonlocal Brands. *Journal of International Consumer Marketing*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/08961530.2020.1795043>
- Herawati, A. F., Yusuf, M., Cakranegara, P. A., Sampe, F., & Haryono, A. (2022). SOCIAL MEDIA MARKETING IN THE PROMOTION OF INCUBATOR BUSINESS PROGRAMS. *Jurnal Darma Agung*, 30(2), 623–633. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v30i2.2304>
- Heryana, A. (2018). Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif.

Sistem Informasi Akuntansi: Esensi Dan Aplikasi, (December), 14. Retrieved from eprints.polsri.ac.id

Isminawati, I., & Djatmiko, B. (2019). Sosial Media Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Bisnis Pada Clothing Wadezig. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2), 795–803. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.107>

Kalindo Land Grup. (2021). Pilih Rumah di Jakarta atau Kota Penyangga Jakarta? Retrieved from <https://kalindoland.co.id/read-pilih-rumah-di-jakarta-atau-kota-penyangga-jakarta-157.html>

Kholisdinuka, A. (2021). Dear Milenial, Ada RUMAH Dekat Mal Ciputra Cicilan Rp 6 Juta/Bulan. Retrieved October 20, 2022, from <https://finance.detik.com/properti/d-5686128/dear-milenial-ada-rumah-dekat-mal-ciputra-cicilan-rp-6-jutaanbulan>

Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22571>

Lestari, M., & Pamungkas, I. N. A. (2022). Analisa Kegiatan Komunikasi Pemasaran Disini Cafe Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Di Masa Pandemi Covid-19. *E-Proceeding of Applied Science*, 9(2), 898–907.

Lisniasari, L. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kerukunan Beragama Pemuda Lintas Iman Ingage. *Jurnal Pendidikan Buddha Dan Isu Sosial Kontemporer (JPBISK)*, 1(1), 24–39. <https://doi.org/10.56325/jpbisk.v1i1.5>

Michelle, A., & Susilo, D. (2021). Purchase Decision Pengaruh Eksposur Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian, 6(1), 37–50.

Moleong, L. J. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Rosda.

Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis

- Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1097–1103. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta Press (Pertama, A). Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta Press.
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). *Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Universitas Udayana.
- Ningsih, S., & Pradanawati, S. L. (2019). The Influence of Brand Image, Price and Promotion on Purchase Decision (Case Study on Gea Geo Store). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 2021(3), 1–12.
- Nurul, F. (2021). Resmi berlaku hari ini, simak ketentuan DP KPR Rumah 0 rupiah. *Kontan.Co.Id*. Retrieved from [https://industri.kontan.co.id/news/resmi-berlaku-hari-ini-simak-ketentuan-dp-kpr-rumah-0-rupiah#:~:text=.ID - JAKARTA.-,Mulai hari ini%2C Senin \(1%2F3%2F2021\),oleh bank-bank sesuai ketentuan](https://industri.kontan.co.id/news/resmi-berlaku-hari-ini-simak-ketentuan-dp-kpr-rumah-0-rupiah#:~:text=.ID - JAKARTA.-,Mulai hari ini%2C Senin (1%2F3%2F2021),oleh bank-bank sesuai ketentuan)
- Rahmah, A. (2022). BI Perpanjangan DP 0 Persen KPR, Tren Positif Properti Berangsur Pulih. *Solopos.Com*. Retrieved from <https://www.solopos.com/bi-perpanjang-dp-0-persen-kpr-tren-positif-properti-berangsur-pulih-1456796>
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. (T. Surjaman, Ed.) (Revisi 1). Simbiosis Rekatama Media.
- Refiani, A. S., & Mustikasari, A. (2020). Analisis pengaruh sosial media marketing melalui Instagram terhadap keputusan pembelian (studi pada THIS! by Alfiah Ratu Tahun 2020). *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 2753–2758.
- Riyanto, A. D. (2022). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022. Retrieved June 4, 2022, from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022>

- Rizaty, M. A. (2022). Bertambah Lagi, Ini Jumlah Pengguna Instagram per Kuartal I 2022.
- Rumah123.com. (2022). *Flash Report July 2022*.
- Sekar, A. (2022). Kenapa Tangerang Kian Diincar Pemburu Rumah? Retrieved August 16, 2022, from <https://www.kompas.com/properti/read/2022/08/16/123020521/kenapa-tangerang-kian-diincar-pemburu-rumah?page=all>
- Shubhangam, K., Srivastava, M., Ravi, R., & Singh, R. (2020). Influence of Social Media Advertisement on Customer's Purchase Decision: a Literature Review. *International Journal on Recent Trends in Business and Tourism*, 4(4), 1–7.
- Sinaga, S. W. (2022). Hubungan Tekanan Teman Sebaya dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Gangguan Makan Pada Remaja di SMP Pengabdi Singkawang. Retrieved from <http://eprints.poltekkesjogja.ac.id/8188/>
- Tanase, G. C. (2016). The 6C Model of Social Media and Developing a Viral Marketing Campaign. *Romanian Distribution Committee Magazine*, 7(3), 20–25.
- TvOne, T. (2022). Pasar Properti “Rumah Tinggal” Mulai Bangkit di 2022. *Tvonenews.Com*. Retrieved from <https://www.tvonenews.com/ekonomi/24019-pasar-properti-rumah-tinggal-mulai-bangkit-di-2022>
- Widiantari, M. A., & Primadani, B. (2022). Analisis Social Media Marketing Balai Diklat Industri Denpasar dalam Mempromosikan Program Inkubator Bisnis Tohpati. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 3408–3416. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v3i6.1205>
- Willem, A., Tumbel, A. L., & Samadi, R. L. (2020). Analisis Efektivitas Marketing Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pelanggan D'Brothers Laundry. *Jurnal EMBA*, 8(1), 156–165. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.27496>