

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, D.T. (2021). Tel-U Collection. Bandung: Universitas Telkom.
- Artiko, G., Sudrajat, R.H., Nasionalita, K. (2016). Analisis strategi promosi pariwisata melalui media sosial oleh kementrian pariwisata RI (studi deskriptif pada akun Instagram @indtravel). E-proceeding of Management, 3 (2), 2349 – 2358.
- Ashari, D., Umami, Z., Mardiana, L. (2020). Jurnal Ilmu Komunikasi. Promotion Strategy Analysis of Make Up Artist @Maudy.Makeup Using Instagram Social Media. Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(1), 84-90.  
<http://jkom.upnjatim.ac.id/index.php/jkom/article/view/68/58>
- Atmoko, D. B. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.
- Daryanto. (2011). Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Eci.id. By Electronic City. Diakses pada 10 Maret 2022, dari <https://eci.id/>
- Hakim, H.A. (2019). Strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan produk melalui media online berbasis media sosial Instagram (studi deksriptif pada toko outdoor endemic). Skripsi, Universitas Sebelas Maret. Diakses dari <http://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL%20D1217021.pdf>.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo, 1999, Metodologi Penelitian dan Bisnis, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Kemp, S. (2022, Januari 26). Digital 2022: Instagram’s Surge Continues. datareportal.com. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-instagram-headlines?rq=instagram>
- Kemp, S. (2022, Januari 26). Digital 2022: Tiktok’s Rapid Rise Continues. datareportal.com. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-tiktok-headlines?rq=tiktok>
- Kotler & Armstrong. (2018). Principles of Marketing. United Kingdom: Pearson Education Limited
- Kotler & Keller. (2016). Marketing Management. England: Pearson Education Limited
- McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

- Moleong, L.J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nadzira, N., Setiyawan, S., & Wiyarni, W. (2020). Revealing online media marketing communication strategies on instagram and whatsapp during COVID-19 Pandemic (Case Study at MSME in Malang, East Java, Indonesia). *Internasional Journal of Business Marketing and Management*. 5(11), 84-92.
- Norrahmiati (2016). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian mobil Suzuki ertiga di dealer Suzuki Banjarmasin. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*. 8(2), 1 – 10.
- Pahlevi. (2019). Bauran promosi adalah, pengertian dan unsur-unsur. Pahlevi net. Diakses dari <https://www.pahlevi.net/bauran-promosi/#:~:text=Pengertian%20Bauran%20Promosi%20Menurut%20Para%20Ahli%20Daftar%20Isi,oleh%20perusahaan%20untuk%20mencapai%20tujuan%20Oklan%20dan%20pemasaran.>
- Pakar Komunikasi. 20 Pengertian Media Sosial menurut para ahli. Diakses pada April 10, 2022, dari <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>.
- PT Electronic City Indonesia Tbk. (n.d.). *Home*. Electronic City. Retrieved Maret 10, 2022, from <https://www.corp.electronic-city.com/>
- Purnamasari, D. (2022, Desember 25). Data Lengkap COVID-19 di Indonesia per
- Riyanto, D.A. (2019). Hootsuite (we are social indonesia report 2019). Andi link. Diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>.
- Riyanto, D.A. (2022). Hootsuite (we are social indonesia report 2022). Andi link. Diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>.
- Sekuritas. (2019, November 1). Pendapatan Electronic City Rp1,56 Triliun Hingga September. [hpfinancials.co.id](https://hpfinancials.co.id/news/Pendapatan-Electronic-City-Rp1,56-Triliun-Hingga-September). <https://hpfinancials.co.id/news/Pendapatan-Electronic-City-Rp1,56-Triliun-Hingga-September>
- Simanjourang, S. (2020). Pusat Perbelanjaan Tutup, Electronic City Genjot Penjualan Secara Online. [medan.tribunnews.com](https://www.medan.tribunnews.com).

- Sitorus, O.F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. FKIP UHAMKA. <https://sultrakini.com/masa-pandemi-penjualan-electronic-city-meningkat-enam-kali-lipat/>
- Soedarsono, D., Mohamad, B., & Adamu, A., & Pradita, K. (2020). Managing Digital Marketing Communication of Coffee Shop Using Instagram. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*. 14. 108. 10.3991/ijim.v14i05.13351.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, V. (2021, September 29). Electronic City (ECII) Bukukan Pendapatan Rp 966,7 Miliar di Semester I-2021. [kontan.co.id. https://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id/news/electronic-city-ecii-bukukan-pendapatan-rp-9667-miliar-di-semester-i-2021](https://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id/news/electronic-city-ecii-bukukan-pendapatan-rp-9667-miliar-di-semester-i-2021)
- Thabit, H.T & Raewf, M.B. (2018). The evaluation of marketing mix elements: a case study. *Internasional Journal of Social Sciences & Educational Studies*. 4(4), 100-109.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Untari, D., & Fajariana, D.E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial Instagram (studi deskriptif pada akun @subur\_batik). *Journal Sekretari dan Managemen*. 2 (2), 271 – 278).
- Wati, A.P., Martha, J.A., Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.
- WHO. Pertanyaan dan jawaban terkait coronavirus. Diakses pada April 10, 2022, dari <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa/qa-for-public>.
- Yudhistira, P.G.A. (2021). Social media promotion strategy approach (case study of ubud monkey forest tourist attraction's instagram account). *Journal of Business on Hospitality and Tourism*. 7(1), 78-89
- Zaina. (2022). Bauran pemasaran. Edmodo. Diakses pada April 10, 2022, dari <https://edmodo.id/bauran-pemasaran/>.