

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, S., & Pangestuti, A. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram @exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers ke Suatu Destinasi (survey pada Followers @exploremalang). 72.
- Alma Buchari. (2000). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi kedua. Bandung: Alfabeta.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. Instagram Handbook. Jakarta: Mediakita.
- Darmawan, N. D. N., Rachmawati, I., & Hendayani, R. (2021). *The Affect of Social Media Marketing and Consumer Engagement on Disney plus Hotstar Consumer Buying Intentions in Indonesia (Study on Youtube and Instagram)*. *Int. J. Sci. Manag. Stud.*
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Irawan. (2000). Manajemen Pemasaran Modern, Cetakan Kedelapan, Liberty, Yogyakarta
- Brogan, Chris. (2010) *Sosial Media 101: Tactics and Tips to Develop your Business Online*: Jhon Wiley & Sons.
- Budianto, I. (2018). Apa itu Social Media Marketing: Belajar Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial. Winstarlink. <https://winstarlink.com/social-media-marketing/>.
- Buchari Alma. (2002). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV Alvabeta: Bandung.
- Cronin-Gilmore, J. (2012). *Exploring Marketing Strategies in Small Businesses. Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 6(1), 96–107.
- Elistia, E. (2021). Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid-19. Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA), 1(1).
- Fatanti, M. N., & Suyadnya, I. W. (2015). *Beyond user gaze: How Instagram creates tourism destination brand. Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 1089-1095.
- Fauzi Dh, Achmad. (2017). Pemasaran Internasional: Pengantar, Teori, dan Konsep. Malang: Empatdua.
- Fitriah, M. (2018). Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Gunelius, Susan. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill
- Haghighi, A. N., & Salarian, S. (2014). *The Role of Culture in International Marketing, Relying on Resistive Economy*. *Journal of Resistive Economics*, 2(4), 90–104.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). *What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types*. In *Proceedings of the international AAAI conference on web and social media* (Vol. 8, No. 1, pp. 595-598).
- Johansson, U., & Eklöf Wallsbeck, F. (2014). *Instagram Marketing: When brands want to reach Generation Y with their communication*.
- Keszey, T., & Biemans, W. (2015). *Antecedents and outcomes of salesmarketing encroachment Wim Biemans*. In XXVI ISPIM Conference (pp. 1–15).
- Kotler, P., Bowen, John T., & C, J. (2006). *Marketing Hospitality and Tourism* (Fourth). Pearson Education.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009a). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran. Edisi ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009b). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran. Edisi ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurz. (2008). *Principles Of Contemporary Marketing*. International Student Ed, Thomson Higher Education: Manson.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Liedfray, J. Waani dan J Lasut. (2022). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*. Volume 2 No. 1.
- Maoyan, Zhujunxuan, & Sangyang. (2014). *Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing*. 5(10), 92–97.

- McLeod, Jr. R., Schell, G. (2004). "Sistem Informasi Manajemen", copyright ©2001. PrenticeHall, Inc. PT. Indeks. Jakarta.
- Mustikasari, A., & Widaningsih, S. (2016). Pengaruh e-wom terhadap keputusan berkunjung ke tempat wisata di kota bandung. *Jurnal manajemen indonesia*, 16(2), 95-103.
- Nugraha, A. S., & Adialita, T. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kota Bandung Melalui Nilai yang Dipersepsikan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 2(3), 195-212.
- Nwazor, T. (2019). *Faceoff: Instagram Vs. Facebook, For Business*. Entrepreneur Asia Pasific. <https://www.entrepreneur.com/article/280833>.
- Prasetio, A., Rahman, D., Sary, F., Pasaribu, R., & Sutjipto, M. (2022). *The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1195-1200.
- Rasuari, S. N., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh Iklan Media Televisi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. *eProceedings of Management*, 7(2).
- Rizaty, M. A. (2023). Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>.
- Rizkia, M. N., & Martini, E. (2019). *The Effects of Advertising Awareness on Social Media towards Brand Equity of Telkom University. International Journal of Science and Research (IJSR)*, 8(12), 1655-1659.
- Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(4), 272-278.
- Sholikha, E. A. (2019). Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei pada followers akun Instagram@ batuflowergarden.cobanrais) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Similar Web. (2022). *Top Websites Indonesia*. <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/>.
- Smartinsight. (2018). *Facebook vs. Instagram advertising: Which One's Better for Your Business?* Smartinsight. <https://www.smartinsights.com/Social-Media-Marketing/Instagram->

Marketing/Facebook-Vs-Instagram-Advertising-Which-Better-For-B2b/.

- Smith, C. (2014). *By the numbers: 85 interesting Instagram statistics*. *Digital Marketing*. Retrieved from. <http://expandeddrablings.com/index.php/important-instagram-stats/#.U-gCavmSyhs>.
- Stelzner, M. A. (2019). *2019 Social Media Marketing Report "How Marketers are Using Social Media to Grow Their businesses*. Social Media Examiner. <https://www.socialmediaexaminer.com/>
- Swastha, Basu & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Catatan Ketujuh. Penerbit LIBERTY: Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana. (2020) *Pemasaran*: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tuten, Tracy L. (2008). *Advertising 2.0 Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Connecticut: Praeger.
- 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.
- Wardani, A. S. (2019). Jumlah Pengguna Instagram dan Facebook Indonesia Terbesar ke-4 di Dunia. *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3998624/jumlah-pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia>.
- Weinberg, Tamar. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. California: O' Reilly.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis strategi UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Wisatalengkap. (2023). 56 Tempat Wisata di Garut Terbaru yang Bagus dan Populer 2023. <https://wisatalengkap.com/tempat-wisata-di-garut-terbaru>.
- Zimmerman, Dan and Doug Sahlin. (2010). *Social Media Marketing All in One for Dummies*. New Jersey: Wiley Publishing.