

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arief. 2020. Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan. Malang: Bayumedia Publishing.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-14, hlm. 27). Erlangga.
- Kotler, P. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2019). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3). Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sujarweni, V. Wiratna (2019). Metode penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pusataka Baru Press.

Jurnal:

- Ardiansah, Irfan., & Anastasya Maharani. 2020. Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing : Potret Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM. Bandung : CV. Cendekia Press
- Bahfiarti, T., & Arianto, A. (2022). Uses and gratifications approach: influence of COVID-19 media exposure on millennial generation in Makassar city, Indonesia. *Heliyon*, 8(6). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09704>
- Desi Lestari, E., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. Februari 2021 *EMBISS*, 1(2), 75. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Destrawan, I., Mahalina, N. P., & Sarjana, I. (2023). Implementasi Sosial Media Manajemen Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Infinity8 Bali Hotel (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali).
- Fuady, Zainol (2019). Pengaruh Kualitas Jasa dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Capture Studio Pekanbaru. *JOM FISIP* 6 (2). 1-13.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26.

<https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>

Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (2021). Pengaruh korean wave dan ulasan online terhadap minat beli produk skin care korea selatan. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(1), 67-74.

Subiyanto, L. A., & Valiant, V. (2022). Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 286–302. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2621>

Putri, M. A., & Sukma, Ri. P. (2023). Social Media Marketing Dan Kualitas Produk Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Peran Mediasi Minat Belidi Mattea Social Space. *An International Journal Of Tourism and Education*, 7(2), 1–12.

Website:

Pramborsfmpramborsfm. (2023). *10 Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2023*. Pramborsfm.Com. pramborsfm

Gramedia (2023). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi Budaya Dan Sosioteknologi*. <https://www.Gramedia.Com/>.https://www.gramedia.com/products/media-sosial-perspektif-komunikasi-budaya-dan-sosioteknologi?srsltid=AfmBOooz4F6sy_eArPcsj41ruKWogrx-kP0a0HVLtUx7VcvAKIPDUjV8

Liputan 6. (2023.). *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>