

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf et al, *Digital Marketing, Konsep dan Strategi*, Cetakan 1, (Cirebon: Penerbit Insania, 2021), Hal. 314.
- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen. AE Publishing, Malang.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Deepublish.
- Bayu. (2023). Sejarah Tentang Instagram Hingga Diakuisisi Oleh Meta. Diakses 13 Mei 2024. <https://oatekno.com/sejarah-instagram/>
- Chairina Debika Amalia,(2020)” Pengaruh Content *Marketing* Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen” JOM FISIP
- Cahyani, A. I., & Hanifa, F. H. (2022). Analisis Dan Pengembangan Konten Media Sosial *Marketing* Pada Instagram@ Herbalhayatii Tahun 2022. *EProceedings of Applied Science*, 8(5).
- Dollarhide, M. (2024). Social Media: Definition, Importance, Top Website & Apps. Diakses tanggal 12 Mei 2024.<https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp>
- Elvira, N. (2022). Pengaruh Social Media *Marketing* Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner UMKM (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Green, D. D., Martinez, R., Kadja, A., & Evenson, L. (2018). In a World of Social Media: A Case Study Analysis of Instagram. *American Research Journal of Business and Management*, 4(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21694/2379-1047.18012>
- Happy, T. (2023). Analisis Social Media *Marketing* Pada Akun Instagram Umkm Respiesusu Di Kota Bandar Lampung.
- Hardani, dkk. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Ismail, & Albahri, F. P. (2019). Perancangan E-Kuisisioner Menggunakan Codelgniter dan React-Js sebagai Tools Pendukung Penelitian. *Jurnal Sains*

Komputer & Informatika (J-SAKTI). Vol. 3, No. 2, ISSN: 2548- 9771, EISSN: 2549-7200.

Instiki.ac.id. Seberapa Penting Media Sosial untuk Membangun Bisnis?. Diakses 13 Mei 2024. <https://instiki.ac.id/2023/02/21/seberapa-penting-media-sosial-untuk-membangun-bisnis/>

Julius, N. (2024). *Data Jumlah Pengguna Instagram, di Indonesia 2024*. Upgraded.Id. [https://upgraded .id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia#:~:text=Berdasarkan laporan We Ware Social,112%2c9 juta pengguna Instagram.](https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia#:~:text=Berdasarkan laporan We Ware Social,112%2c9 juta pengguna Instagram.)

Jubilee Enterprise. (2021). *Instagram Untuk Bisnis, Hobi, Dan Desain Grafis*. Elex Media Komputindo.

Martin, L., & Pradana, F. I. (2022). Analisis Strategi Bandar Udara Notohadinegoro Dalam Meningkatkan Minat Pengguna Jasa Di Era Pandemi Covid-19. 6(1), 1921– 1928.

Mastarida, F. (2022). *Service Management (J. S. Alex Rikki (ed.))*. Yayasan Kita Menulis.

Musnaini, et. All. 2021, *Manajemen Pemasaran, Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri*.

Narottama, N & Moniaga, N. E. P (2022), Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. JUMPA, Vol.8, no.2.

Slice.id. (2023). Statistik Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru. Diakses 12 Mei 2024. <https://www.blog.slice.id/blog/edisi-2023-statistik-pengguna-media-sosial-terbaru>

Smeru Research Institute. (2022). Percepatan Pemulihan Pascapandemi melalui Transformasi Digital yang Inklusif. Diakses 11 Mei 2024 <https://smeru.or.id/id/fkp2022>

Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.

Suhairi Suhairi, Dian Irmawani, Mira Nur Aisah, Sonia Purba, & Amalia Munajah Nasution. (2023). *Peran Manajemen Pemasaran Global Dalam*

- Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(1), 42–51. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i1.72>
- Siregar, A.A.P. (2022) ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Toko Online Shop (Studi Kasus Di Kalangan Pemilik Toko Online)’, pp. 1–6. Available at: <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/19113>.
- Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (D. Sutopo. S. Pd, MT, Ir). *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Sukendra, Komang,
- Sugiyono, (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (M.Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (Ed); Ke2 Ed)
- Sugiyono (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran*, (NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 3.
- Syahrizal, M. F. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Strategi Pemasaran (Studi Kasus Objek Wisata Ledok Sambi Ecoplayground Dalam Menarik Minat Pengunjung Sebelum Pandemi Covid-19 Dan Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021)*.
- Yanti, N. K. D., Aryana, I., & Darlina, L. (2023). *Implementasi Digital Marketing Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Anantara Seminyak Bali Resort (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali)*.