

## DAFTAR PUSTAKA

- Primatoro, A. Y., & Nababan, W. M. (2023, Mei 22). *Industri Belum Pulih Benar Inovasi Bisa Bangkitkan Perbukuan*. Retrieved from Kompas.id: <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/05/22/industri-belum-pulih-benar-inovasi-bisa-bangkitkan-perbukuan>
- Priansa, D. J. (2020). *Komunikasi Pemasaran Terpadu : Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Fiantika, F. R., Wasil, M. W., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouwn, E., . . . Waris, L. (2022). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: Nata Karya.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Karawang: Lembaga Pendidikan Sukarbo Peressindo.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, S. (2019). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Banjarnahor, A. R., Hasyim, E. H., Putri, D. M., Sari, O. H., Nasution, S. P., Rismayani, . . . Sudar. (2022). *Simanjuntak*. Kita Menulis.
- Dewi, A. C., Adi, E. P., & Abidin, Z. (2021). PENGEMBANGAN INFOGRAFIS MELALUI INSTAGRAM SEBAGAI PENGUATAN PEMAHAMAN POKOK BAHASAN SISTEM PENCERNAAN MANUSIA. *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan, Vol 4 No (2)* .
- Irawan, A. D., & Hadisumarto, A. D. (2020). Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Terhadap Brand Trust, Brand Equity, dan Brand Loyalty Pada Platform Social Media Instagram. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia, Vol 43 No. 1*.
- Hakim, H. I., Ohorella, N. R., & Prihantoro, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikas, Vol. 1 No. 2*.
- Riki, K., H., S., & Ari, V. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sharfina, N., & Anggraeni, R. (2023). PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN PERSEPSI HARGATERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.
- Siporay, F. R., & Damastuti, R. (2022). Analisis Isi Konten Post Akun Instagram @Menantea.Toko Dalam Membangun Engagement Followers. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*.

- Chandra, C. N., & Sari, W. P. (2021). pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID) . *Prologia*.
- Herdrianto, I. P., & Kristiyono, J. (2022). Strategi Produksi Konten Visual @Creativismtudio di Instagram. *DIGICOM : Jurnal Komunikasi dan Media*.
- Jonni, R. R., & Hariyanti, P. (2021). Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffee Roastery Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi CANTRIK*.
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Nur, I., Sapiri, M., & Nurhidayanti. (2023). (2023). Penerapan Model Konsep Digital Marketing Dalamraup Segmentasi Pasar Melaluismart Digital Content Marketing. *Journal Of Economics And Business Ubs. Journal Of Economics And Business Ubs*.
- Paramitha, H., & Dohoz, Y. D. (2021). Pengaruh Konten Instagram Ads @Luxebarbershop Terhadap Peningkatan Brand Awareness. *Journal Of Research On Business And Tourism*.