

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. (2022). *The Fundamental Of Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ahdiat, A. (2022, Februari 07). Digital 2022 Global Overview Report. (A. Mutia, Ed.) *Potensi Jangkauan Iklan Media Sosial di Skala Global (Januari 2022)*.
- Annur, C. M. (2023, 05 04). Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia. Report. (A. Ahdiat, Ed.) *10 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia (Januari 2023)*.
- Aprianto, N. K. (2021). Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis. *International Journal Administration, Business & Organization (IJABO)*, 2(1), 1-7.
- Artameviah, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi pada Konsumen Shopee di Jakarta). *STEI Indonesia (STEI Jakarta)*, 8.
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022, Juni). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A SOUVENIR PROJECT. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Woya Wiwaha*, 466-477.
- Fatkhurrahman, M. (2023). Pengaruh Konten Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Srudi Pada Sacha Cafe Bandung Tahun 2023). *eProceedings of Applied Science*, 9, 2901.
- Fauzi, R., & Wibowo, S. (2020). Analisis Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-commerce Lazada (studi Pada Konsumen Lazada Di Kota Bandung Tahun 2020)}. *eProceedings of Applied Science*, 6.
- Fuady, Z. (2019). Pengaruh Kualitas Jasa dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Capture Studio. *Jurnal IAIN Kudus*, 5.
- Hotimah, D. H. (2022). Teks Laporan Hasil Observasi & Teks Eksposisi. Medan: GUEPEDIA.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education. Retrieved April 26, 2024
- Kojongian, M. K., Tumbuan, W. J., & Ogi, I. W. (2022, Desember 4). Efektifitas dan Efisiensi Bauran Pemasaran Pada Wisata Religius Bukit Kasih Kanonang Minahasa Dalam Menghadapi New Normal. *Jurnal EMBA*, 1966-1975.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 1-9.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Rajagrafindo Persada.
- Muhammad Yasin, Garancang, S., & Hamzah, A. A. (2024, Maret 3). Metode dan Instrumen Pengumpulan Data (Kualitatif dan Kuantitatif). *Journal Of International Multidisciplinary Research*, 161-173.
- Mukuan, A. L., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2023, Januari 14). Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Electronic Word Of Mouth, dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mozzaoc di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 193-203.
- Noor, D. Z. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: CV. BUDI UTAMA.
- Purnama, M. P., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth di Sosial Media Instagram Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paytv Transvision Studi Kasus: Transvision Kota Bandung 2020. (p. 1179). Bandung: *e-Proceeding of Applied Science*.
- Rahmah, N. F., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Promosi Social Media Instagram Dan Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Wisata Alam Gunung Papandayan Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 1347.
- Ramadhan, M. F., & Sastika, W. (2023). Perancangan Content Marketing Di Media Sosial Instagram Prodi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Telkom 2023. *e-Proceeding of Applied Science*. 9, pp. 2968-2973.
- Ridwan, K. (2021). *Metodologi Penelitian* (p. 52). Yogyakarta: Deepublish.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1*. (K. M. Yon, Trans.) Salemba Empat.
- Sembiring, O. V., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Social Media Marketing SOULYU BEAUTY Di Instagram Terhadap Minat Beli Pelanggan Tahun 2023. *eProceedings of Applied Science*, 1-12.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 206-211.
- Stellarosi, A., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh Endorsement Melalui Mediasi Plesure dan Arousal Terhadap Purchase Intention Pada Pengiklanan

Makanan di Sosial Media Instagram. *eProceedings Of Management*. Bandung.

Sudarto, M. L. (2020). Implikasi Trend Fashion Terhadap Perilaku Sosial Calon Pendidik (Studi pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam IAIN Kediri). *theses IAIN Kediri*, 1428.

Tauhidienta, H. I., & Hanifa, F. H. (2023). Analisis dan Pengembangan Konten Pemasaran Pada Media Sosial Instagram @AWH.ID Tahun 2023. *eProceedings of Applied Science*,

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran: Strategi, Bisnis, dan Implementasi di Indonesia*. Yogyakarta: ANDI.