

DAFTAR PUSTAKA

- adiningsih, Y., & Rohmah, S. L. (2019). Hubungan Penggunaan Instagram Dengan Keterampilan Menulis Iklan Pada Siswa Kelas Viii .
- Amin, M. S., Widaningsih, S., & Wibowo, S. (2021). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.
- Annur, C. M. (2023, 9 26). *Pengguna Instagram RI Tembus 100 Juta Orang per April 2023, Terbanyak ke-4 di Dunia*. Retrieved from databoks.katadata.co.id.
- Annur, C. M. (2024, 02 27). *databoks*. Retrieved from databoks.katadata.co.id.
- Daniel. (n.d.). *Bauran Promosi: Pendahuluan, Pengertian, Lingkup, Konsep, Elemen dan Contoh*. Retrieved from ekonomimanajemen.com.
- Darestuti, M. (2022, 7 26). *Sejarah Instagram Hingga Menjadi Salah Satu Platform Media Sosial Populer*. Retrieved from buzzup.id.
- Fatkhurrahman, M., & Wibowo, S. (2023). Pengaruh Konten Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Sacha Cafe Bandung Tahun 2023).
- 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).
- Gustiandi, S., Kurniadi, T., Lubis, A. R., & Rohmah, N. F. (2022). Pengaruh Penggunaan Sosial Media Instagram Dimasyarakat Kampung Kandaga.
- Irwanto. (2024). Pengumpulan Data Kualitatif. In R. e. al, *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (p. 60). Bandung: WIDINA MEDIA UTAMA.
- Lestari, H. R., & MM, D. F. (2019). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK*, 155.
- Lubis, R. B. (2024, 03 29). *Survei Intage: Orang Indonesia Rata-Rata Habiskan Rp1,41 Juta Sebulan buat Si "Anabul"*. Retrieved from goodstats.id.
- Manik, R. J., & Wibowo, S. (2023). ANALISIS PENJUALAN BERDASARKAN PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL (Studi UMK Atmosphere Beauty Kota Bukittinggi pada media Tiktokshop dan Shopee Tahun 2023).
- MANIK, R. J., & Wibowo, S. (2023). ANALISIS PENJUALAN BERDASARKAN PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL (Studi UMK Atmosphere Beauty Kota Bukittinggi pada media Tiktokshop dan Shopee Tahun 2023).
- Mardikantoro, A. A., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Elctronick Word Of Mouth Pada Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Tio Kingdom Sablon di Bandung Tahun 2018). 10.
- Ns. Arif Munandar, S. M. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN KOMBINASI*. Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA.

- Prof. Dr. Nembah Philip Hartimbul Ginting, S. S. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Bandung: YRAMA WIDYA.
- Purba, R. S., & Hidayat, H. (2016). Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian.
- Purnama, M. P., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth di Sosial Media Instagram Terhadap Proses Keputusan. *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 .
- 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.
- Purwanza et al, S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Purwohedi, U. (2022). *Metode Penelitian : Prinsip dan Praktik*. Depok: RAS (Raih Asa Sukses).
- 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.
- SANTIKA, F. D., & WIBOWO, S. (2021). PENGARUH PROMOSI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK DAN WHATSAPP TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN. 12.
- Sayekti, S. P. (2022). KONSEP DASAR PENELITIAN KUALITATIF. In *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN KOMBINASI* (p. 121). MEDIA SAINS INDONESIA.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Semiawan, P. D. (2010). *METODE PENELITIAN KUALITATIF JENIS, KARAKTERISTIK, DAN KEUNGGULANNYA*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., & Cahyani, R. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI. *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI*, 306.
- Syahputra, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Berbasis Digital Pada Media Sosial Facebook Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Produk IndiHome Di Plaza Telkom Lembong Kota Bandung Tahun 2019).
- THABRONI, G. (2022, 05 25). *Promosi: Pengertian, Tujuan, Strategi & Promosi Bauran*. Retrieved from serupa.id.

Wibowo, S., Suryana, Y., Sari, D., & Kaltum, U. (2021). Marketing Performance and Big Data Use During the COVID-19.

Zakky. (2020, Juli 14). *Pengertian Media Sosial | Definisi, Ciri-Ciri, Fungsi, Jenis-Jenis, Contoh*. Retrieved from www.zonareferensi.com.