

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarezy, M. G. (2023). Manajemen Berita Tvri Dalam Penyebaran Konten Positif Melalui Media Sosial Instagram @TVRINEWSCOM. *Repository Unas*, 24-25.
- Aliyah, Z. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ekspor Kopi Arabika Pada Cv Yudi Putra. *Skripsi*, 14.
- Alkhairi, Z. (2024). Analisa Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan pendapatan Umkm Di Kota Banda Aceh (Dikaji Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah). *Upt Perpustakaan Ar-Raniry*, 3.
- Amplify. (2023, April 10). Cari Referensi? Ini Contoh Content Marketing Di Instagram Yang Bisa Kamu Tiru. *Cari Referensi? Ini Contoh Content Marketing Di Instagram Yang Bisa Kamu Tiru*, Hal. -.
- Angelia, D. (2022, 06 22). Usaha Kuliner Di Indonesia Dalam Bingkai Statistik. *Usaha Kuliner Di Indonesia Terus Bertumbuh Dengan Total Mencapai Lebih Dari 10.000 Unit. Bagaimana Statistik Serta Perkembangan Menghadapi Tantangan Digital?*, Hal. -.
- Anggraeni, A. (2023). Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Bahaya Oversharing Untuk Remaja Di Kota Bandung. *Repository Unpas*, 14.
- Annisa Putri Sania, P. A. (2021). Pengaruh Konten Pemasaran Instagram@ Tumbas. Origine Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tahun 2020. *Jurnal Mebis*, 86.
- Anshar, Basto Daeng Robo, Muhamad Taufik La Ode. (2023). Peningkatan Pemahaman Hukum Terhadap Tindak Pidana Ujaran Kebencian Melalui Media Sosialpada Kalangan Remaja Di Kelurahan Ngade Kota Ternate. *Journalofhumanandeducation*, 2.
- Anshar1*, B. D. (2023). Peningkatan Pemahaman Hukum Terhadap Tindak Pidana Ujaran Kebencian Melalui media Sosial pada Kalangan Remaja di Kelurahan Ngade Kota Ternate. *Journalofhumanandeducation*, 4.
- Arindi Mutiara Kamilla, R. U. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Media Sosial Instagram Pada Aktifitas Digital Public Relations Dalam Meningkatkan Customer Trust Online Shop @LESSA.ID. *Journal Of Comprehensive Science*, 310.
- Astarina, D. E. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Dihni, V. A. (2022, 06 22). *Databoks*. Retrieved From 10 Provinsi Dengan Jumlah Usaha Penyedia Makanan & Minuman Terbanyak (2020): <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/06/20/Jumlah-Usaha-Penyedia-Makanan-Minuman-Di-Dki-Jakarta-Terbanyak-Se-Indonesia>
- Dinda Sekar Puspitarini, R. N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 74.
- Dr Donni Juni Priansa, S. S. (2021). Komunikasi Pemasaran Terpadu. In S. S. Dr Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (P. 33). Bandung: CV Pustaka Setia.
- Dr Donni Juni Priansa, S. S. (2021). Komunikasi Pemasaran Terpadu. In S. S. Dr Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (P. 32). Bandung: CV Pustaka Setia.

- Dr. Donni Juni Priansa, S. S. (2021). Komunikasi Pemasaran Terpadu. In S. S. Dr. Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (P. 30). Bandung: CV Pustaka Setia.
- Gita Silvia, K. A. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Tokopedia Pada Masyarakat Kota Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1.
- Indita Dewi Aryani1, D. M. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project . *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 466.
- Ira Dasuki, Umaimah Wahid. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Membangun Brand Awareness Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 48.
- Jane Grace Poluan, S. L. (2022). Analisis Digital Marketing Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Di Kota Tomohon Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 727.
- Muhammad Sholeh, Rr. Yuliana Rachmawati, Erma Susanti. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* , 431.
- Mulyana, M. (2019). Peran Pemasaran Dalam Masyarakat Dan Perusahaan. *Materi Tutorial Onlineekma 4216manajemen Pemasaran*, 2.
- Natasya, A. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Produk Iphone. *Repository STIE Indonesia*, 8.
- PRATAMA, R. B. (2019). Realisasi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai Yang Dipengaruhi Oleh Pencairan Tunggakan Pajak Atas Penagihan Pajak Dan Jumlah Pengusaha Kena Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying Tahun 2014- 2017). *E Library Unikom*, 28.
- Priskila Gissela Marlia Walangitan, Rilie Tirza Liliroyor Sagai. (2023). Kepercayaan Daring Pemediasi Konten Dalam Mempengaruhi Niat Beli Di Facebook. *JMBI Unsrat*, 1453.
- Salsabilla, S. J. (2023). Analisis Perubahan Makna Meluas (Generalisasi) Dan Perubahan Makna Total Dalam Media Sosial Instagram . *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika* , 21.
- Sarah Zeva, I. R. (2023). Moralitas Generasi Z Di Media Sosial: Sebuah Esai. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2.
- Siti Muslichatul Mahmudah, Muthia Rahayu. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4.
- Urfa, A. D. (2023). Analisis Resepsi Pada Channel Youtube. *Uin Suska Riau*, 23.
- Wibowo, R. A. (2019). Manajemen Pemasaran. In R. A. Wibowo, *Manajemen Pemasaran* (P. 2). -: -.
- Zul Rachmat, B. H. (2022). Manajemen Pemasaran Perusahaan. In B. H. Zul Rachmat, *Manajemen Pemasaran Perusahaan* (P. 2). Padang Sumatera Barat: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.