

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Adamy, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Lhokseumawe: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Carr, C. T., and Hayes, R. A. (2015). *Social Media: Defining, Developing, and Divining*. Atlantic: Communication.
- Cross, M. (2017). *Leveraging Social Networking While Mitigating*. United States: Syngress.
- Dharmmesta, B. S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Genelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.; B. Sabran, ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.; B. Sabran, ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Priansa, D. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Denpasar: Swasta Nulus.

- Santoso. (2017). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Oryza.
- Siagian, S. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudaryono. (2017). *Pengantar Manajemen: Teori dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)* (3rd ed.). Jakarta: PT. Buku Seru.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1st ed.). Yogyakarta: Andy.
- Tuten, T. (2008). *Advensiting 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. New York: Greenwood Publishing Group.

Sumber Jurnal:

- Darmaesti. (2021). Manajemen Pemasaran Serabi Notosuman Ny. Handayani Sebagai Jajanan Khas Solo Melalui Instagram @Srabinotosuman Meningkatkan Jumlah Pembeli. *Hotelier Journal: Politeknik Indonusa Surakarta*, 7(2), 11–18.
- Dennisa, E. A., and Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–13.
- Ermawati, Husaini, A., and Pawakkaru, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 36–58.
- Nawafi, H., Furqany, S., and Chairawati, F. (2022). Manajemen Pemasaran Online Get Latela Melalui Media Sosial Instagram. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam*, 4(1), 1–11.
- Neti, S. (2011). Social Media and It's Role in Marketing. *International of Enterprise Computing and Busines System*, 1(2), 1–10.
- Untari, D., and Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.

Wahyujatmiko, S., and Hadi, I. Y. (2018). Manajemen Pemasaran Online Makaroni Huhhah Yogyakarta. *Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi*, 9(2), 100–120.