

DAFTAR PUSTAKA

- Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021). *Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi*. Journal of Research on Business and Tourism, 1(1), 37. <https://doi.org/10.37535/104001120213>.
- Aisyah, T. L., & Alfikri, M. (2023). *Analisis Model Komunikasi AISAS (Attention, Interest, Search, Action, dan Share) pada Beauty Platform (Studi Kasus: Brand Somethinc di Female Daily)*. Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi, 4(2), 616–626. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i2.261>
- Arfan, N., & Ali Hasan, H. (2022). *Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah*. In *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* (Vol. 6, Issue 2).
- Armayani, R. R., Chintiya Tambunan, L., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). *Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online*.
- Aryani, I. D., Murtiariyati, D. (2022). *Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A SOUVENIR PROJECT*. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).
- Datareportal. (2020, 30 Januari). *Digital 2020: Global Digital Review*. Diakses 4 Juni 2024, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- Enterprise, Jubilee. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Erpurini, W., Kurnia Ramadhan, I., & Indahsari, S. (2023). *Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia*. SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 2(1), 95–107. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i1.1761>
- Fadli, R., Lubis, E. E., & Si, M. (2018). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Vapormxpku Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan*. In *JOM FISIP* (Vol. 5).
- Febriyanti, Y., Suryasuciramdhan, A., Zulfikar, M., Nurhasanah, S., & Utami Amalia, D. (2024). *Penggunaan Media Sosial Tiktok Produk The Originote Sebagai Komunikasi Pemasaran Online*. In *Jurnal Professional* (Vol. 11, Issue 1).
- Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran*. *Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni*, 6(1). <https://andi.link/hootsuite-we-are>
- Heryana, A., & Unggul, U. E. (2018). *Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif*. Universitas Esa Unggul, 25(15).

- Hasoloan, A. (2018). *Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis*. Warta Dharmawangsa, (57).
- Javed, S., Rashidin, M. & Xiao, Y., (2022). Invesgating the impact of digital influencers on consumer decision-making and content outreach: Using dual AISAS model. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 35(1), 1183–1210.
- Kartini, Syahrina J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). *Penelitian Tentang Instagram*. Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi, 2(2), 20-26.
- Katadata Media Network. (2023, 28 November). *Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia*. Diakses 8 September 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts*. Jurnal Manajemen Komunikasi, 3(1), 18–33.
- Khoerunnisa, K., Riaeni, I., & Suhara, B. R. (2021). *Penggunaan Media Digital Marketing Sebagai Media Promosi Pada Akun@ hijup. com (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instargam@ hijup.com*. JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan), 4(1).
- Muqoffa, F., Mawar, & Serikandi, N. (2022). *Manfaat Sosial Media Dalam E-Government Di Indonesia*. 1(3).
- Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul. M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantung, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*.
- Prawira, Samudra, J., Liang, W., Ladi, S., Gajah Mada, J., Permai, B., & Riau, K. (2021). *Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z*. In *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 5, Issue 1).
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. In *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizqy, D., Rahardjo, B., Kapten Suparman No, J., Magelang Utara, K., & Magelang, K. (n.d.). *Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media*

- Pemasaran Digital (Studi Deskriptif Pada Akun @assyaffa.homedecor)*. Journal of Economics and Business Management, 2(1).
- Setiadi Ahmad (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika. Vol. 5. Doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>
- Setiawan, R. (2023). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Online (Studi Kasus pada Akun @nanisaproject)*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(3), 22727-22735.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the Worlds Most Innovative Advertising Agency*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Suharso, P., & Muntiah, A. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi*. <https://doi.org/10.17509/edulib.v10i1.20984>
- Tabroni, T., & Komarudin, M. (2021). *Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid'19 Berdasarkan Keputusan Konsumen*. Jurnal Riset Entrepreneurship, 4(1), 49. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2217>
- Tresnawati, Y., Prasetyo, K., Mercu, U., & Jakarta, B. (2022). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner*. 1(1), 43–57.
- Wahyuningtyas, A. C. (2019). *Berbisnis Online Melalui Media Sosial*. Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 7(2). <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v7i2.18197>
- Walidin Warul, Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory* (Edisi Pertama). FTK Ar-Raniry Press.