

DAFTAR PUSTAKA

- Asrulla, A., Risnita, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal*, Vol.7 No.3.PP-23-26 [https://www.jptam.org / index.php/jptam/article/view/10836](https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/10836).
- A. W. Widjaja, (2000). *Ilmu Komunikasi : Pengantar Studi*. Jakarta : Rineka Cipta
- Berkowski, George. (2016). *How to Build a Billion Dollar App : Temukan Rahasia dari Para Pengusaha Aplikasi Paling Sukses di Dunia*, (Tangerang : Gemilang. 91 36
- Burhan Bungin. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Detikfinance.com. 6 Tujuan Promosi Produk dan Jasa, Kenali Fungsinya. Diakses dari <https://finance.detik.com> pada 24 november 2023 pukul 15.00 wib
- Dewi, Rizra. C.P. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pemasaran Produk Pada Akun Instagram @Homedia.Id)*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Diakses dari <http://etheses.iainponorogo.ac.id/9068/1/Etheses%20skripsi%20Riza%20Ciptaning%20Puspita%20Dewi%20KPI%20211016023.pdf> pada tanggal 14 September 2023
- Donny. (2013). *Usir Galau dengan Internet*. Yogyakarta: Andi Offset
- Gramedia.com. 2021. Diakses dari https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/#A_Pengertian_Media_Sosial pada 25 november 2023 pukul 20.00 wib
- Jannah Afridatul, Masriadi, Deddy Satria, dan Dwi Fitri. 2023. "CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Grosirshop_Stuff dalam Promosi Penjualan." *Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora* Vol.1(Issue 4):379–86. <https://journal.lps2h.com/cendekia/article/view/44>
- Juarsa, Erwin. (2016). *Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk Krian*, *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 4, No. 1,1 11
- Maryati, Lilis. (2016). "*Strategi Komunikasi Penggunaan Twitter dalam Kegiatan Promosi Kuliner (Studi Kasus Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Twitter oleh Akun@ TongkronganSolo dalam Kegiatan Promosi Kuliner di Kota Solo)*." Diakses dari <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/51437> pada 21 Juli 2024 pukul 16.40 wib
- Michelle, Wifalin, (2018). *Efektivitas Instagram Common Grounds*, *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 4, No. 1, 2016, 2 37 Dinda Marta Almas Zakirah, *Mahasiswa dan Instagram*, *Jurnal Sosiologi*, 5-6

- Muhtar (2023). Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia. Universitas Insan Cita Indonesia
- Murdianto, Eko, (2020). Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal), Yogyakarta : LP2M Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Press
- Narbuko dkk. (2008). Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara
- Paramitha, Astuti. (2017). Empat Faktor yang Memengaruhi Gaya Komunikasi Penasehat Tim Metafisik Komunitas Wisata Mistis Bandung, Jurnal E-Komunikasi, diakses pada 10 Februari 2024 pukul 16.20 wib
- Kotler, Philip. (2003). Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium. Jakarta: Prenhallindo
- Ruliana, Poppy. (2014), Komunikasi Organisasi : Teori dan Studi Kasus, (Jakarta : Rajawali Pers
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. (1996). Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta : Universitas Terbuka
- Setiawan, Laura Jeniver (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran @Pinkanmambocollection Dalam Meningkatkan Penjualan Di Media Sosial Instagram. Universitas Budi Dharma. Diakses dari <https://repositori.buddhidharma.ac.id/1413/1/COVER%20%20BAB%20III.pdf>
- Shananis, Yuriko Tirta, dkk (2019). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Vivelles Di Shan Hair Beauty Care. (Probolinggo: Sekolah Tinggi Teknik Malang). Diakses dari <https://jurnal.stt.web.id/index.php/teknik/article/download/114/74/184>
- Sugiyono, (2015), Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Bandung : Alfabeta
- Susanto, Daniel (2021). Model AISAS Untuk Memetakan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten Tiktok #Racunshopee. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Ri'aeni, Ida. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Produk Kuliner Tradisional. Jurnal Komunikasi. 1, 143-144. Diakses dari <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/443/274>
- Yusniar. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Jakarta Kosmetik dalam Mempertahankan Eksistensi. *Skripsi. Universitas Malikussaleh*. Diakses dari https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/354/5/YUSNIAR_190240099_STRATEGI%20KOMUNIKASI%20PEMASARAN%20TOKO%20JAKARTA%20COSMETIK%20DALAM%20MEMPERTAHANKAN%20EKSISTENSI.pdf pada 06 Agustus 2024 pukul 15.00 wib
- Zakirah, D. M. (2018). Mahasiswa dan Instagram. Jurnal Sosiologi