

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Gunelius, S. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Ismaya, Sujana. 2008. *Kamus Akuntansi Manajemen*. Bandung: Pustaka Grafika.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Nurwati, Ucu dan Jaka Sudewa. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.
- Raharjo, F. S. 2019. *The Master Book Of Personal Branding Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*. Yogyakarta: Quadrant.
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analaisi Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffan. 2005. *Volume Penjualan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey : Wiley.
- Sudaryo, Yoyo dan Nunung Ayu Sofiati. 2020. *Digital Marketing dan FinTech di Indonesia*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. 2017. *Social Media Marketing*. Sage.

Referensi Lainnya

- Agusri. 2019. Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Mebel Sinar Barokah Tanjung Karang Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 16(3), 192–203.
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. 2022. Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Asmaradewi, Y. 2019. Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro. Semarang: Universitas Semarang.
- Databoks.com (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia>)
- Databoks.com (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/mayoritas-masyarakat-indonesia-berinternet-lebih-dari-8-jam-per-hari>)
- Kumagaya, Y. P., & Debora, V. 2019. Analisis Penjualan Cable Supreme Pada Pt. Sumber Makmur Adiprayoga. *GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 167–177. <https://doi.org/10.47768/gema.v11i2.168>
- Manzoor, U., Baig, S. A., Hashim, M., & Sami, A. 2020. Impact of Social Media Marketing on Consumer's Purchase Intentions: The Mediating role of Customer. November. <https://doi.org/10.31580/ijer.v3i2.1386>
- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi, K. 2019. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1), 139–152. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Mileva, L., & Dh, ahmad fauzi. 2018. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Musri, Dyah dan Fenty. 2010. “Bisnis Busana Muslim”. Diakses 7 Januari 2012.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. <https://doi.org/10.34010/common.v3il.1950>

We Are Social. 2023. (<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/>)

Yolanda dan Darmanitya Harseno Wijanarko. 2018. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *Jurnal Manajemen Universitas Brawijaya*. Vol. 06. No. 1A, April 2018, Malang.

