

**DAFTAR PUSTAKA**

- Susan Gunelius. (2011). 30 Minute Social Media Marketing. United States : McGraw Hill. Jakarta: PT. Index.
- Dailey, Patrick R. (2009).”Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture. Burlington, Linkage”. Diakses dari <https://www.yumpu.com/en/document/read/50950534/social-media-finding-its-way-into-your-business-linkage-inc>
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 7(3), 152-159. Diakses dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/download/22571/14869>
- Arvanitha, Siti. (2019). Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar (Studi Kasus Usaha Yang Terdaftar Pada GoFood). Diakses dari [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8883-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8883-Full_Text.pdf)
- Albab, T. M. U. (2019). Strategi Promosi Wisata untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung. Diakses dari <http://repo.uinsatu.ac.id/11381/>
- SUPRIANTO, P. S., & Warta, H. W. (2018). *PROMOSI FESTIVAL BUDAYA NYANGKU PANJALU. PUJI SUGENG SUPRIANTO 136010020* (Doctoral dissertation, Desain Komunikasi Visual). Diakses dari [http://repository.unpas.ac.id/34288/4/BAB%20II\\_Landasan%20Teori%20.pdf](http://repository.unpas.ac.id/34288/4/BAB%20II_Landasan%20Teori%20.pdf)

- Haloho, M. V., Abdillah, F., & Ds, M. (2021). *PERANCANGAN PROMOSI ALBUM KE-28 TAHUN TURTLES. JR. Martin Valard Haloho: 146010092* (Doctoral dissertation, Desain Komunikasi Visual). Diakses dari <http://repository.unpas.ac.id/52175/3/3.%20Bab%20II.pdf>
- Maulida, A. (2019). *Pengaruh Pertumbuhanpenjualan Dan Rasio Solvabilitas Terhadap Profitabilitas (Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia). Diakses dari [https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2214/8/UNIKOM\\_AMES.MAULIDA\\_10.BAB%20II.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2214/8/UNIKOM_AMES.MAULIDA_10.BAB%20II.pdf)
- RIF'AH, R. A. (2017). *ANALISIS PERBANDINGAN TINGKAT PENJUALAN PAKAIAN SEBELUM DAN SESUDAH PASAR DIPERBAIKI (Studi di Pedagang Pasar Tirtayasa Pada Periode 2012 dan 2014)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri" Sultan Maulana Hasanuddin" BANTEN). Diakses dari <http://repository.uinbanten.ac.id/276/4/BAB%20II.pdf>
- Arief, G. M., & Millianyani, H. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *e-Proceeding of Management*, 2581-2587. Diakses dari <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/1494>
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brand and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Aisyah, Fatma (2019) *TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN MEDIA SOSIAL CAFE G27 PABELAN MAGELANG*. S1 thesis, Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses dari <https://eprints.uny.ac.id/66251/3/bab%20I.pdf>

- Sapitri, I. D. (2020). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KETERAMPILAN KEWARGANEGARAAN (CIVIC SKILLS) PESERTA DIDIK* (Doctoral dissertation, FKIP UNPAS). Diakses dari <http://repository.unpas.ac.id/49677/6/FILE%208%20BAB%20II.pdf>
- Ramdhanty, Praditha; Malau, Ruth Mei Ulina. Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram @kedaikopikulo Terhadap Sikap Konsumen. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Telkom. Diakses dari <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/2526>
- Sholihah, Afiffatus. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta). Diakses dari <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/31929/>
- Kurnianto, Yeri Tri. (2020) Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.kopi). Universitas Islam Kalimantan MAB. Diakses dari <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/2001/>
- Asmaradewi, Yohana. (2019) Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Café Mas Bro. Universitas Semarang. Diakses dari <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-B11A-522.html>
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press. Diakses dari <https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/8793/Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif.pdf>
- Arianto, Nurmin. (2018) Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja dan Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Gada Rajawali Dunia. *Jurnal Ilmiah, Manajemen Sumber Daya Manusia JENIUS*. Universitas Pamulang. Diakses dari <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1076951&val=16224&title=Pengaruh%20Kepemimpinan%20Terhadap%20Kinerja%20dan%20Kepuasan%20Kerja%20Karyawan%20Pada%20PT%20Gada%20Rajawali%20Dunia>

- Kusumastuti, A. & Khoiron, A. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. Semarang: Lembaga Pendidikan. Diakses dari <http://lib.unnes.ac.id/40372/1/Metode%20Penelitian%20Kualitatif.pdf>
- Wijayanto, A. M. (2019). Masalah Dalam Penelitian. Academia.edu. Diakses dari [https://www.academia.edu/41360810/Masalah\\_dalam\\_penelitian](https://www.academia.edu/41360810/Masalah_dalam_penelitian)
- Unika. (2016). Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Semarang: Universitas Soegijapranata.
- Toko Daging RPH. (2019). <https://www.instagram.com/tokodagingrph/?hl=id>

