

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita
- Bungin, Burhan. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif “Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi”. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Ellya. (2015). Promosi Wisata Lebih Cepat Lewat Sosmed dan Media Sosial. Berita Lintas Jateng 15 September 2015. Berita Jateng.net. diakses pada tanggal 1 September 2022. <http://beritajateng.net/promosi-wisata-lebih-cepat-lewat-sosmed-dan-media-sosial/>
- Fadila, Dewi dan Sari Lestari Zainal Ridho. 2013. Perilaku Konsumen. Palembang: Citrabooks Indonesia
- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein [2010] "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". *Business Horizons* 53(1): 59–68
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. Alih Bahasa Benyamin Mollan. (2008). Manajemen Pemasaran (Edisi Keduabelas). PT. Macanan Jaya : Jakarta.

Laily, Iftitaf Nurul (2022). Kewirausahaan: Pengertian, Karakteristik, Tujuan, Tahapan, dan

Modal. Brita D Kata Data. Diakses pada tanggal 1 September 2022.  
<https://katadata.co.id/safrezi/berita/61e779fd97802/kewirausahaan-pengertian-karakteristik-tujuan-tahapan-dan-modal>

Mcquail, Denis. Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar. (Jakarta: Erlangga, 2005)

Mileva, L. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian* (Vol. 22, Issue 1). <https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220102>

Moleong Lexy J., 2001 Metodologi Penelitian Kualitatif, PT Remaja Rosda Karya: Bandung

Narayana, K. G. S., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1962.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p16>

Nurudin. 2012. Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi. Yogyakarta :  
Buku Litera.

Riyanto, Andi Dwi (2021). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021.

Andi Link. Diakses pada tanggal 1 September 2022.  
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

Suryana. (2003). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.

Suryana. (2010). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Edisi Keempat). Jakarta: Salemba Empat.

Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Reilly Media.

