

DAFTAR PUSTAKA

- Agusty Tae Ferdinand. 2006 : 18 *Metode Penelitian Manajemen*, edisi II. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Amirin, Tatang. M. 1990. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: CV. Rajawali
- Al Hakim. H.(2019) *Strategi Komunikasi Dalam Mempromosikan Produk Melalui media Online berbasis Media sosial Instagra(studi Deskriptif Pada Toko Endimic)*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/76934/>.
- Basu, Swastha,& Irawan.(2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Basrowi dan Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bambang, (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bisnis.com (2023). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. Diakses pada 26 Agustus 2023 dari <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Cangara, H. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chaffey, Dave&PR Smith. (2008). *E-Marketing Excellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. 3rd Edition. UK: Butterworth.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Daryanto. (2011). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurasi Sejahtera.
- databoks.katadata.co.id pada tahun (2017). Berdasarkan data boks.kata<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/01/media-sosial-platform-paling-banyak-digunakan-saat-transaksi-e-commerce>
- Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rahmat. (2014). *Komunikasi Antarbudaya Panduan Berkomunikasi dengan Orang-orang Berbeda Budaya*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Djoko Purwanto. (2006) *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- John Little,S,W,& Foss, K. (2018). *Teori komunikasi*. Salemba Humanika.
- Kennedy, John. E R Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 15*. Jakarta: Indeks.
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).
- M Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Moleong, Lexy J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- Monavia Ayu Rizaty. (2023). *Pengguna Instagram di Indonesia Capai 109,3 Juta per April 2023*. Diambil dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023>.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Natoradjo, Sulyus. (2011). *Event Organizer Dasar-dasar Event Management*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Pamungkas, F. T. (2018). *PENGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KERETA API (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Kereta Api Pemberangkatan Dari Stasiun Kereta Api Daerah Operasi VPurwokerto)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO) https://repository.ump.ac.id/7728/3/FAJAR%20TRI%20PAMUNGKAS_BAB%20II.pdf
- Prisgunanto, Ilham. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prisani Cendekia.
- Purwanto, Djoko. (2006):3. *Komunikasi Bisnis*, Edisi Ketiga, Erlangga. Jakarta.
- Puspita Dewi, R.C. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pemasaran Produk Pada Akun Instagram*

@Homedia.id) <https://etheses.iainponorogo.ic.id/9068/>

- Ruslan, Rosady. (2010). *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Shim, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :
- Sulaksana. (2003). *Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sulaksana, Uyung. 2003:33-34 *Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suwandi. (2008) *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka
- Swasta dan Irawan (2008) *Menajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wulandari, S. (2018). Media Sosial Dan Perubahan Perilaku Bahasa. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 181–188. <https://doi.org/10.35760/mkm.2018.v2i1.1890>
- Yosep Prayudha (2020) *Strategi Komunikasi Pemasaran Citimall Baturaja di Masa Pandemi Covid-19*