

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko dwi, Bambang. (2012). *Instagram handbook tips fotografi ponsel*. Penerbit: mediakita ISBN: 979-794-366-6.
- Afifi, S & Ramaputra.M.A. (2019). *Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha Foodies Melalui Media Sosial Instagram*. Jurnal MIK Vol. 5 No. 2, Desember 2021
- Dwiridotjahjono, J & Lutfita, A. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Hanacaraka Coffee Sidoarjo Di Masa Pandemi Covid-19*.
- Danang Sunyoto. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tik Tok Javafoodie)*. Jurnal Pariwisata Dan Budaya Volume 12 Nomor 1, Maret 2021
- Gunawan, Imam. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ira Dwi, & Nurul Annisa. (2018). *Analisis Strategi Promosi pada UMKM Social Enterprise (Studi Kasus Pascorner Café and Gallery)*. Jurnal Komunikasi Vol.12,Nomor 2, April 2018.
- J. Moleong, Lexy. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Kotler, P., & G Amstrong. (2008). *Principles Of Marketing*, 12th Edition, New Jersey: Pearson Education Inc/Prentice Hall.
- Manzilati, Asfi. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*, (Malang: Universitas Brawijaya Press).
- Nirawati,L & Lukitasari. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop Queenstreet*. Jurnal Disrupsi Bisnis, Vol. 4, No.3, Mei 2021 (190-200).
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. (2017). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi*. Tirtayasa EKONOMIKA Vol. 12, No. 2, Oktober 2017

- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2018). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara, Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, Andi Dwi. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>igital Report 2021.
- R.S. Anisa. (2020). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @basratravel)*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Sa'diya, L. (2017). *Strategi Promosi Di Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek Di Era Generasi Z*. Universitas Trunojoyo Madura
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). *Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement*. Jurnal Biokultur, Vol. 9, No. 2, Tahun 2020, Hal. 152-171.
- Sitorus, Onay Fitriana & Novelia Utami. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Penerbitan: Jakarta : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, 2017.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tolan, Mita Sari, Frendy A.O.Pelleng, dan Aneke Y. Punuindoong. (2021). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)*. Productivity, Vol. 2 No. 5, 2021
- Ulfana, K. (2022) . *Analisis Strategi Promosi Digital Melalui Media Sosial Pada Kedai Kopi Sayang Di Kabupaten Purbalingga Perspektif Marketing Syariah*. Journal of Research on Business and Tourism Volume 1 No. 1, June 2021, p. 37 – 46.