

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbarina, F. (2018). *Pengantar Bisnis*. Polinema Press.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. 4(3), 8920–8928.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. In Celebes Media Perkasa.
- Chandra, (2017) . Strategi Pemasaran. Islamic. Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika.
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2017). Strategic management: concepts and cases: A competitive advantage approach. *Pearson*.
- Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 3(5), 1–3.
- Gunawan, Imam. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hae, M. M., Fanggidae, A. H., Kurniawati, M., & Foenay, C. C. (2023). Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Sosial Media Instagram (Studi Pada Cetroo Coffee Sumba Timur. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 4(2), 349–362.
- Imam, Gunawan. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif “Teori dan Praktik”*. Jakarta: Bumi Aksara
- Intentilia, A. A. M. (2023). Foreign Policy, Public Diplomacy, and Social Media: Observing Indonesian Missions Practice. *Nation State: Journal of International Studies*, 6(1), 1-17.
- Irayana. Kawasati, Risky. (2022) Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. *Ekonomi Syariah*.

- Josiah, T., Elina, M., & Santika, A. (2022). Pengaruh Sosial Media Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Centerpoint Putra Sejahtera Lampung Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (Online)*, 06(03). <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.24967/jmms.v6i3>
- Khoirul, M., Yudana, G., & Rahayu, P. (2019). Faktor Utama Pemilihan Lokasi Kafe Di Kota Surakarta. *Desa-Kota*, 1(2), 108.
- Lukitasari, L. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop “Queenstreet” (Doctoral dissertation, UPN"Veteran Jawa Timur).
- Lamb, H. dan M. (2011). Pemasaran. Salemba Empat, Jakarta.
- 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.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Purwanggono, C. J. (2021). *Konsep Dasar Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani
- Putri, S. A. Z., & Samsudin, A. (2023). Optimalisasi Sosial Media Marketing untuk Meningkatkan Konversi Penjualan pada Usaha Catering Rumahan. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(3), 165- 170.
- Rifaldi, Wadinal. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Makanan Di Banjarbar (Studi Pada Akun Instagram @Burgerberkahbersama). *Ilmu Komunikasi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad AlBanjari*
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(01), 31–42.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wardana, W. (2018). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Deepublish
- Wibowo, A., Chen, S. C., Wiangin, U., Ma, Y., & Ruangkanjanases, A. (2021). Customer behavior as an outcome of social media marketing: The role of social media marketing activity and customer experience. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1–18.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Jurnal MANAJERIAL*, (Online), 19(2), 198–209.
- Yulianti. (2019). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung. *Repository UIN Raden Intan Lampung*. (Online.
- Zebua, D.P.F. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. 1299 *Jurnal EMBA*, 10(4), 1299–1307.