

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.; Pertama). CV Syakir Media Press.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (E. D. Lestari, Ed.; Pertama). CV Jejak.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media, Ed.; Pertama). Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan* (Pertama). PT Gramedia Pustaka Utama.

Sumber Skripsi

- Diwati, F. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Santoso, Imam Tito*, 6(2), 37–38.
- Nursafitri, D. (2021). *Analisis Pembentukan Citra Pada Media Sosial Yang Dimiliki Felix Siauw*. Universitas Islam Riau.
- Prasetyo, B. D. (2023). *Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Promosi Kopi Tuli (KOPTUL)*. UIN Syarif Hidayatullah.

Sumber Jurnal

- Kriswindayasti, D. K. (2021). Strategi Digital Marketing Dan Penggunaan Media Sosial Instagram “Wove Stuff” Dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Komunikasi*, 5.
- Kusuma, F. D., & Sugandi, S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 8(1), 19.
- Luthfina, S., & Irwansyah. (2020). Studi Fenomenologi: Penggunaan Aplikasi Weverse Shop Oleh Army. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 330.
- Monggilo, Z. M. Z. (2020). Analisis Konten Kualitatif Hoaks Dan Literasi Digital Dalam @komikfunday. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 2.

- Muslimin, & Helensi, P. (2022). Pengaruh Metode Latihan Variasi Terhadap Keterampilan Passing Bawah Dalam Permainan Bola Voli Pada Siswa SMP Negeri 59 Palembang. *Journal On Teacher Education*, 4(1), 635.
- Notowijoyo, E., & Loisa, R. (2020). Analisis Komunikasi Pemasaran Go-Pay Melalui Promosi Cashback. *Jurnal Prologia*, 4(2), 333.
- Octavia, G., & Sari, P. W. (2018). Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting. *Jurnal Prologia*, 2(2), 341.
- Octora, H., & Alvin, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Digital Pada Proses Penerimaan Mahasiswa Baru Untar. *Jurnal Professional*, 9(2), 261.
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 184.
- Wallad, A. U., & Nurlaila. (2021). Pemanfaatan Instagram Dalam Pemasaran Produk usaha Kecil Menengah Keripik Tempe Alkhalif Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah*, 6(2), 79.
- Yasundari. (2016). Hubungan Penggunaan Instagram Dengan Motivasi Wirausaha Pebisnis Daring (Online) Dalam Meningkatkan Produktivitas. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(2), 209.
- Yuniati, U., & Katon, F. (2020). Motive and Millennial Self Concept in Understanding Digital Transactions through Phenomenology Approach. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 18.

Sumber Internet

- Widi, S. (2023, February 3). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id.