DAFTAR PUSTAKA

Agustina. 2016. “Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda.” *EJournal Ilmu Komunikasi* Vol. 4 (No. 3): hlm. 412.

Ahmad Sahi. 2021. “Pemanfaatan Instagram Ads Untuk Optimalisasi Digital Marketing Di Lingkungan LP3I.” *Tematik* 8 (2): 318–28. https://doi.org/10.38204/tematik.v8i2.775.

Arief, Reihan Rahadian. 2023. “ANALISIS PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM ADS RAJA PINDAH KOTA MAKASSAR OLEH : REIHAN RAHADIAN ARIEF DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI Judul Skripsi Nama Mahasiswa : REIHAN RAHADIAN ARIEF Nomor Pokok.”

Atmoko Dwi Bambang. 2012. *Bambang, Atmoko Dwi. “Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel.” Jakarta: Media Kita (2012). Jakarta: Media Kita*.

Badruzzaman, Farid Hirji. 2024. “Penerapan Strategi Promosi Melalui Konten Di Media Sosial TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Cooler City Baleendah)” XXI (1): 67–78.

Basarah, Finy F, and Gustina Romaria. 2020. “Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial.” *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)* 5 (2): 22. https://doi.org/10.22441/jam.2020.v5.i2.006.

Damafiah, Daffa, and Dwi Sudjanarti. 2023. “Media Iklan Video Di Instagram Untuk Menarik Minat.”

David, Airey. 2015. *Logo Design Love*.

Fahimah, Mar’atul, and Hilda Nur Roudhotul Jan’nah. 2023. “Content Marketing : Brand Experience Produk Frozen Food Melalui Customer Retention.” *Jurnal Investasi* 9 (2): 81–90. https://doi.org/10.31943/investasi.v9i2.264.

Gunawan, Go Liana Chayani. 2021. “Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.” *Performa* 5 (2): 166–75. https://doi.org/10.37715/jp.v5i2.1738.

Harry Saptarianto, Shelvi Deviani, Syamas Isti Anah, and Indah Noviyanti. 2024. “Menghadapi Tantangan Era Digital, Strategi Integrasi Media Sosial, Literasi Digital Dan Inovasi Bisnis.” *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 2 (3): 128–39. https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.955.

Herdiyani, Sankist, Cecep Safa’atul Barkah, Lina Auliana, and Iwan Sukoco. 2022. “Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 18 (2): 103–21. https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121.

Istiqomah, and Achmad Syahruddin. 2023. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Merek Bimoli Pada Deta Toko Di Desa Senaken Kecamatan Tanah Grogot.” *Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset* 1 (4): 200–212.

Izza. 2022. “Pengertian Konten & Jenisnya Untuk Media Sosial Bisnis Anda.” 2022. https://bigevo.com/blog/detail/konten.

Keller, Kotler dan. 2016. *Marketing Management*.

Kurniawan, S Widarti, and F Aini. 2021. “PENYULUHAN PEMBERDAYAAN WARGA MASYARAKAT UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAANNYA PADA RT002/RW 030 PERUMNAS II KELURAHAN SUIBELIUNG KECAMATAN PONTIANAK BARAT, KOTA PONTIANAK, KALIMANTAN BA.” *Pengabdian Kepada Masyarakat Manajemen* 1.

Laksana, Muhammad Fajar. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*.

Maharani, Shania. 2022. “Penggunaan Fitur Instagram Reels Sebagai Personal *Branding*.” *Repository Universitas Islam Riau*, 1–172. http://repository.uir.ac.id/id/eprint/15296.

Mahmudah, Siti Muslichatul, and Muthia Rahayu. 2020. “Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan.” *Jurnal Komunikasi Nusantara* 2 (1): 1–9. https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39.

Muñiz, Albert M., and Hope Jensen Schau. 2011. “How to Inspire Value-Laden Collaborative Consumer-Generated Content.” *Business Horizons* 54 (3): 209–17. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.002.

Nina Dewi Lashwaty, Ina Sholihah Widiati, Nurhidayanto. 2023. “Strategi Bauran Pemasaran 4P Terhadap Pemilihan Kelompok Bermain/Taman Kanak-Kanak.” *Strategi Bauran Pemasaran 4P Terhadap Pemilihan Kelompok Bermain/Taman-Kanak-Kanak* 15 (2): 229–43.

Nugroho, Dr. Rusdi Hidayat, and Indah Respati Kusumasari. 2023. “Pemanfaatan Instagram Ads Pada Platform Media Sosial Instagram Sebagai Upaya Peningkatan Traffic Bisnis (Studi Kasus Pada Instagram Scarlett Whitening).” *Jurnal Bisnis Indonesia* 14 (1): 19–27.

Pasaribu, Aisyah Fitri, Tri Inda Fadhila Rahma, and Budi Dharma. 2023. “Pengaruh Content Marketing , Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa.” *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* 10 (2): 81–93. https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432.

Pessala, Irene. 2016. “User Experiences And Efficiency of Instagram Advertising.” *Jyväskylä University of Applied Sciences* 1 (October): 1–86. http://urn.fi/URN:NBN:fi :amk-2016111116064.

Priansa, Donni J. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.

Putri Cahya, Ananda Pratama, and Suyono Suyono. 2024. “Pengaruh Konten Marketing Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen.” *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)* 3 (4): 629–35. https://doi.org/10.21107/jkim.v3i4.21739.

Rahayaan, Darto, Ambarwati Soetiksno, and Roy Wattimena. 2024. “VOL 3 , NO . 2 , SEPTEMBER 2024 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT . BFI Finance Cabang Ambon” 3 (2): 384–96.

Rahmadanti, Adisya Resti, Krisnayanti Aditasari, and Berto Mulia Wibawa. 2021. “Efektivitas Strategi Iklan Dengan Menggunakan Instagram Ads Untuk Meningkatkan Penjualan Dan *Branding* Produk: Studi Kasus Privet.Id.” *Jurnal Sains Dan Seni ITS* 10 (1): 112–17.

https://doi.org/10.12962/j23373520.v10i1.60335.

Sagala, Putri Magdalena, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Sri Widaningsih, Fakultas Ilmu Terapan, and Universitas Telkom. 2022. “Analisis Efektivitas Media Sosial Instagram Dengan Metode Epic (Emphaty, Persuasion, Impact, Communication) Pada Layanan Retail Dalam Rangka Meningkatkan Insight Instagram (Studi Kasus Telkom Indonesia Divisi Regional Wholesales Service Treg III Jabar 202.” *Sagala, P. M., Terapan, F. I., Telkom, U., Widaningsih, S., Terapan, F. I., & Telkom, U. (2022). 22.06.332_Jurnal_Eproc. 8(5), 381–385.* 8 (5): 381–85.

Saputra, Randi, Faizal Adiprasetya, and Purnama Pulungan. 2024. “Proyek Pemasaran Digital Di Sosial Media Dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing Dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel” 2 (5).

Sastrawacana.id. 2023. “15 Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli.” 2023. https://www.sastrawacana.id/2023/07/15-pengertian-pemasaran-menurut-para.html.

Shofia, Nida. 2022. “PENGARUH CITRA MEREK, CONTENT MARKETING DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI LAYANAN PLATFORM MEDIA STREAMING DIGITAL DISNEY PLUS HOTSTAR INDONESIA Keywords: Citra Merek Content Marketing Electonic Word of Mouth Minat Beli Disney Plus Hotstar.” *JFM : Journal of Fundamental Management* 2 (3): 297–317. http://dx.doi.org/10.22441/jfm.v2i3.17768.

Sutrisno, Agnes Pertiwi, and Ira Dwi Mayangsari. 2022. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.” *Jurnal Common* 5 (2): 118–33. https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143.

Sya’adah, Siti Nur. 2023. “Pemanfaatan Platform Instagram Reels Sebagai Media Kreatif Dalam Penyebaran Berita Online: Studi Pada Pemberitaan Instagram @detikcom,” 1–142. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/76055/1/SITI NUR SYA%27ADAH-FDK.pdf.

Syafitri, Indah, and Kresno Yulianto. 2021. “Pengaruh Iklan Instagram Terhadap Respons Konsumen.” *Inter Community: Journal of Communication Empowerment* 2 (1): 31–44. https://doi.org/10.33376/ic.v2i1.544.

Thabroni, Gamal. 2022a. “Pengertian Pemasaran Dilengkapi Strategi, Fungsi, Bauran, Dsb - Serupa.Id.” 2022. https://serupa.id/pengertian-pemasaran-dilengkapi-strategi-fungsi-bauran-dsb/.

Thabroni, Gamal. 2022b. “Promosi: Pengertian, Tujuan, Strategi & Promosi Bauran - Serupa.Id.” 2022. https://serupa.id/promosi-pengertian-tujuan-strategi-promosi-bauran/.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*.

Utami, Hesty Nurul. 2018. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping : Perspektif Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping : Perspektif Pemasaran Agribisnis,” no. July.

Widjanarko, Putut Wahyutama Kuniawaty Yusuf Atika Budhi Utami Dwi

Purbaningrum Juni Alfiah Kencana Ariestyani Rini Sudarmanti Tri Wahyuti & Edison Bonartua. 2023. *Ragam Nuansa Literasi Media*. https://books.google.co.id/books?id=muioEAAAQBAJ&lpg=PA55&ots=w9Z54iwUz7&dq=Sosial media adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi%2C bekerja sama%2C berbagi%2C berkomunikasi dengan pengguna lain me.

Yosua Ronaldo Suwu, Djurwati Soepeno, and Ferdy Roring. 2023. “Pengaruh Periklanan,Publisitas Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Setiap Event Yang Diadakan Oleh Pt.Ichi Tan Indonesia Di Sulut.” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11 (02): 67–77. https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.46982.

Yudha, Aditya Prima, Arie Wibowo Irawan, and Universitas Pakuan. 2022. “Analisa Iklan Melalui Fitur Instagram Ads Terhadap Minat Beli Konsumen Frozen Food.” *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)* 8 (1): 55–74. https://doi.org/10.34203/jimfe.v8i1.5280.

Yustiawan, Sigit Try, and Baroroh Lestari. 2023. “Pengaruh Influencer Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Piscocol Di Kota Malang.” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 9 (2): 160–68.