DAFTAR PUSTAKA

Abah Ahmad. 2007. “Sejarah Pendidikan Rasulullah,” 102.

Alfaruq, Alam Nursalam. 2021. “Pengaruh Instagram Ads (Advertising) Dalam Membangun Brand Awareness Clothing Line HEBE The Effect of Instagram Ads (Advertising) in Creating the Brand Awareness of Clothing Line HEBE.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 9 (2): 1–17.

Ali, Hasan. 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*.

Butta Develope Syariah.” 2022. 2022. http://www.buttaproperty.com/.

Chaffey, D., Chadwick, F. E., Mayer, R., & Johnsston, K. 2009. *Internet Marketing: Strategy,Implementation, and Practice.*

Falah, Muhammad Irchas Ilham, and Aditya Chandra Setiawan. 2022. “Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19.” *Inspirasi Manajemen Pendidikan* 10: 73–81.

Fatih, Kharisma Muhammad. 2017. “Implementasi Bauran Pemasaran Tanah Kavling Pada PT. Properti Syariah Indonesia Cabang Kota Malang Etheses of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University.” 2017. http://etheses.uin-malang.ac.id/5915/.

Fitria, Yuyun, and Farida. 2018. “(PDF) Strategi Promosi Agen Properti Independen Pada Media Online.” 2018. https://www.researchgate.net/publication/329708960_Strategi_Promosi_Agen_Properti_Independen_Pada_Media_Online.

Gea, Diyurman. 2021. “Social Media Optimization – MMSI BINUS University.”

2021. https://mmsi.binus.ac.id/2021/12/17/social-media-optimization/.

Hanif, Lutfi. 2022. “Cara Membuat Reels Di Instagram Step by Step - Rumahweb.” 2022. https://blog.rumahweb.com/cara-membuat-reels-di-instagram/.

Hasil Pencarian - KBBI Daring.” n.d. Accessed April 6, 2023. https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/properti.

Indika, Deru R, and Cindy Jovita. 2017. “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Bisnis Terapan* 1 (01): 25–32. https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296.

Iqbal, Muhammad. 2022. “Konten Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Jenis, Dan Etika Membuat Konten (2022).” Https://Lindungihutan.Com/Blog/Pengertian-Konten-Adalah/. 2022. https://lindungihutan.com/blog/pengertian-konten-adalah/.

Ismanto. 2020. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa Prodi Akuntansi*.

Julianto, Pramdia Arhando. 2016. “Hingga 2025, Kebutuhan Rumah Di Indonesia Tembus 30 Juta Unit.” 2016. https://money.kompas.com/read/2016/09/17/195151226/hingga.2025.kebutuhan.rumah.di.indonesia.tembus.30.juta.unit.

Kuntjojo. 2009. *Metodologi Penelitian*.

Letsoin, Yoan. 2023. “Panduan Lengkap Teknik Optimasi Sosial Media.”

Melynia, Della, Nyoman Suka Sanjaya, Wayan Suryathi, Prodi Manajemen, Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Niaga, Negeri Bali, and Politeknik

Negeri Bali. 2022. “Strategi Promosi Produk Add On Indihome Pada PT Telkom Indonesia Witel Denpasar.” https://repository.pnb.ac.id.

Muhammad Fajar Wahab, & Ike Junita Triwardhani. 2020. “Instagram Sebagai Media Promosi Coffe Shop.”

Mushar, Tengku Firli. 2020. “Manajemen Pemasaran.” In .

Pranata, Yoga Aditya, and Reni Amaranti. 2021. “Rancangan Strategi Pemasaran Media Sosial Menggunakan Model SOSTAC.” *Jurnal Riset Teknik Industri* 1 (2): 110–20. https://doi.org/10.29313/jrti.v1i2.397.

Purnamasari, Deti Mega. 2020. “Wapres: Kebutuhan Rumah Di Indonesia Capai 11,4 Juta Unit.” 2020. https://nasional.kompas.com/read/2021/02/09/15193061/wapres-kebutuhan-rumah-di-indonesia-capai-114-juta-unit.

Purwana, Dedi. 2017. “Tinjauan Pustaka Digital Marketing,” 2.

Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. 2019. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi.” *Jurnal Common* 3 (1): 71–80. https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950.

Rangkuti, F. 2013. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*.

Rifanda, Dhimas Fikri. 2019. “STRATEGI PROMOSI PADA PERUSAHAAN KONVEKSI PUTRA MANDIRI TULUNGAGUNG DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM - Institutional Repository of UIN SATU Tulungagung.” 2019. http://repo.iain-tulungagung.ac.id/10858/.

Rimayanti, N., & Lubis, E. E. 2016. “Penerimaan Media Sosial Facebook Dalam Aktivitas Belanja Online Pada Kalangan Wanita Bekerja Di Kota Pekanbaru.”

Sari, Dian Nurvita, and Abdul Basit. 2020. “Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi.” *Persepsi: Communication Journal* 3 (1): 23–36. https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428.

Suryani, ita. 2015. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community.”

Syafrida Hafni Sahir. 2022. *Metodologi Penelitian*.

Sylvana, Andi, Murtiadi Awaluddin, and Adib Mutahajjid. 2020. “Marketing Strategy Model Based on the Benefit of Sharia Property Developers in Indonesia.”

Trisnani. 2018. “Analisis Akses Dan Penggunaan Media Sosial Oleh Rumah Tangga Dan Individu Di Kota Batu Jawa Timur.”

Vernia, Dellia Mila. 2017. “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk.” *Jurnal ISBN 978-602-50181-0-7* 1 (2): 105–18. http://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility/article/view/71.

Yulia, Irla. 2018. “OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN SOSIAL DAN KOMUNIKASI PERUBAHAN PERILAKU (Suatu Pendekatan Studi Literature Review).” *Hearty* 6 (2). https://doi.org/10.32832/hearty.v6i2.1276.

Yusuf, Ramayani, Heny Hendawati, and Lili Adi Wibowo. 2020. “Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan IImu Sosial* 1 (2): 506–15. https://doi.org/10.38035/JMPIS.