

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, C. D., & Lubis, E. E. (2020). Pengaruh content marketing di Instagram stories@ lcheesefactory terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(1), 1-11.
- Alma, Buchari, (2013), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta.
- Amaral, I, (2015), *Instagram*, Thousand Oaks: SAGE Publication, Inc.
- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller, (2012), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I Edisi ke 12, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller, (2016), *Marketing Management*, 15th Edition, New York: Pearson Education, Inc.
- Kriyantono, Rachmat, (2015), *Public Relations & Crisis Management (Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis &Kualitatif)*, Jakarta: Kencana.
- Miles, Jason G, (2019), *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with Visual Influence*, New York: McGraw - Hill Education.
- Nasrullah, Rulli, (2015), *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Puntoadi, Danis, (2011), *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Simamora, Henry, (2012), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 1, Yogyakarta: STIE YKPN Yogyakarta.
- Siregar, Sofyan, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, Jakarta: Penerbit Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : (2016th ed.). ALFABETA,cv.
- Tjiptono, Fandy, 2014 , *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset

- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7868-7874.
- Chandra, C. N., & Sari, W. P. (2021). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID). *Prologia*, 5(1), 191-197.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian tentang Instagram. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi**. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Kurniawati, W. D. N. (2017). Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 8(5), 127-143.
- Permata, S. (2020). Pembinaan Strategi Membangun Wirausaha Berbasis Green Marketing Bagi Siswa SMKN 49 No. Utara. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 3(3), 164-168.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Rahman, Muh Akil, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Lewat Internet di Kalangan Mahasiswa", dalam *ASSETS*, 6(1), 2016.
- Ramadhanty, P., & Malau, R. M. U. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram@ kedaikopikulo Terhadap Sikap Konsumen. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1-15.
- Safitri, D., & Romli, N. A. (2023). Optimalisasi Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk UMKM Jatinegara Kaum. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(2), 38-45.
- Wally, Eman, & Swapna Koshy, "The Use of Instagram as a Marketing Tool By Emirati Female Entrepreneurs: An Exploratory Study", 29th International

Business Research Conference World Business Institute Australia. hlm. 1 – 19, (2014).

Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). *Pengaruh konten post instagram terhadap online engagement: Studi kasus pada lima merek pakaian wanita (Doctoral dissertation, Sepuluh Nopember Institute of Technology)*.

Sarastuti, Dian, “Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova”, dalam Jurnal Visi Komunikasi, Volume 16, Nomor 1, hlm. 71-90, (2017).

Web

Facebook. 2020. Facebook For Bussines. Diakses dari: <https://www.facebook.com>
(diakses pada 10 Juli 2024, 17.34)

Instagram, “The Holograil”, <https://www.instagram.com/theholograil>
(diakses pada 17 Agustus 2024, 21.37)