

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Abdullah, Thamrin. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012.
- Alma, Buchari. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Atmoko, Dwi Bambang. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita, 2012.
- Bilqis, Fatimah. Penggunaan Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yogyakarta. 2018.
- Bulaeng, A.R. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Universitas Terbuka, 2002.
- Bungin, Burhan. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003.
- Butterick, Keith. Pengantar Public Relations Teori dan Praktik. Terj. Nurul Hasfi. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Cangara, Hafied. Perencanaan & Strategi Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers, 2017. Firas Surya Ramadhan. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Media Sosial Dalam Mempromosikan Brand. *Elib.Unikom, Volume IV*,.
- Deddy Mulyana. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung; PT. Remaja Rosdakarya
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran*. CV. Qiara Media.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid Dua. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Moleong, L. J. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- McQuail, D. (2011). Teori komunikasi massa, Edisi 6. Terjemahan Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika

- Moriarty, Sandra, dkk. 2009. Advertising Edisi Kedelapan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Morissan, M. (2010). Periklanan Komunikasi Terpadu. Jakarta: Kencana prenadamedia group.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- National, G., & Pillars, H. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran
- Panuju, R. (2021). *KOMUNIKASI PEMASARAN Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Kencana.
- Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: Rekayasa Sains.
- Regina Luttrell. 2015. *Sosial Media : How to engage, share and connect*. London: Rowman& Littlefield.
- Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (Ikapi)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- Sri Hastarjo.2011. *New Media Teori dan Aplikasi*. Karanganyar : Lindu Pustaka.
- Terence A.Shimp.2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi*.
- Solihat, Purwaningwulan, & Solihin. (2015). Interpersonal Skill. Bandung: Rekayasa Sains.
- Soemanagara, RD. 2012. Strategic Marketing Communication. Bandung : Alfabeta.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2008). Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa (5th ed.). Jakarta: Kencana.
- Uchjana, Onong. (2017). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. PT Remaja Rosdakarya
- Wildan, A. A. (2021). *strategi komunikasi pemasaran. IV No. II*.

Sumber Jurnal :

Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyas fashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 5, 13-23.

Fadillah, T., Nurprapti, N., & Nesia, A. (2018). *Strategi komunikasi pemasaran café papistar melalui media sosial instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).

Internet Searching :

Instagram - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. (2023). Retrieved May 22, 2023, from Wikipedia.org website: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Sri Fadhilah Utami. (2021, October 21). Tingkatkan Penjualan Menggunakan Fitur Instagram Shopping. Retrieved June 22, 2023, from Whello Indonesia website: <https://whello.id/tips-digital-marketing/fitur-instagram-shopping/>