

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Achmad, Cholid Narbuko. 2013 *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ahmad, Faisal LMH dkk. 2021. *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Baby Crab*. Comserva. Volume 1. No. 3.
- Ahyuna, M. Djabir Hamzah, M. Najib HM. *Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal Oleh Kalangan Usaha di Kota Makassar*. Jurnal Komunikasi KAREBA. Vol. 2. No. 1. (2013) 31
- Ananda S. 2009. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Surabaya:Kartika.
- Anggela Flora Patricia Citra Savitri. 2020 *Pengaruh E-Promotion dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk di PT. XYZ*. Buana Ilmu. Volume 4. No.2.
- Aprilia, Putri. 2019. “7+ Media Sosial Populer untuk Bisnis”. dalam <https://www.niagahoster.co.id/blog/sosial-media-populer/>, diakses 26 Desember.
- Ashari, Mariesa Dwi. *Analisis Strategi Promosi Make-up Artist @Maudy.Makeup Menggunakan Sosial Media Instagram*, Jurnal Ilmu komunikasi, Vol. 3. No. 1. (2020). 85-86
- Arikunto, Suharsini. 2014. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Atiko Gita, Ratih Hasanah Sudrajat, Kharisma Nasionalita. *Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @indtravel*. Jurnal Sosioteknologi. Vol. 15. No 3. (2016). 387.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Riset Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Chakti, Andi Gunawan. 2019. *The Book Of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.

- Damayanti. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran E-promotion Jasa Make-up Artist Melalui Instagram (Studi Pada Make-up Artist di Bandar Lampung)*, dalam *Journal of Applied Bussiness Administration*. Vol. 2, No. 2 (2018) 270.
- David, Fred R.. 2019. *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Furchan, Arief. 2005. *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPF, Edisi Kedua.
- Haenlein. M., Kaplan, A.M. 2010. *Users of the World, Unite! The challenges and Opportunities of Social Media*, Paris: Business Horizons.
- Halim, Fitria, Sherly, Acai Sudirman. 2020. *Marketing dan Media Sosial*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Hamzah,Ahyuna, M. Djabir, M. Najib HM. *Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal Oleh Kalangan Usaha di Kota Makassar*. Jurnal Komunikasi KAREBA. Vol. 2. No. 1. (2013) 31.
- Hidayat, Ravindra Safitra. *Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Mem beli Nu Green Tea*. Jurnal Ekonomika dan Manajemen, Vol. 6. No. 1. 2017
- Imelda, Sri. *Strategi Promosi Guna Meninngkatkan Omzet Penjualan Sparepart dan Service Pada PT Nusantara Borneo Motor Banjarmasin*, Jurnal INTEKNA, Volume 16, No. 2. (2016) 178.
- Kartajaya, Hermawan & Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing* Bandung: Mizan Pustaka.
- Kelanohon. 2011. *Perancangan Website Sebagai Media Promosi Penginapan Lisar Bahari*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer.
- Keller K. L anda Kotler P. 2012. *Marketing Management 14<sup>th</sup>*. Jakarta: NJ Pearson Education Limited

- Koemono. 2011. *Measuring and Interpreting Organizational Culture*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong, 1996, *Principle Of Marketing*, Ninth Edition, (Prentice Hall, Inc Upper Saddle River, New Jersey
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran : Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, 2003. *Principles Of Marketing, Millenium Edition*, Nortwestern University: Prentice Hall.
- Kurnia, Abi Jam'an. "Hukumnya Mencuri Foto Online Shop di Instagram" dalam. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/hukumnya-mencuri-foto-ionline-shop-i-di-instagram-lt5a715daf6a4b3>. Pada 1 Maret 2022, pukul 11.15 WIB.
- Larasati, Virginia dan Elsie Oktivera. *Media Sosial Intsagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah*, Jurnal Administrasi Knator. Vol. 7. No. 1, (2019). 31-40
- Lestari, Desi Putri. *Analisis Strategi Marketing Butik Online di Surabaya Melalui Instagram*, Commonline Departemen Komunikasi. Vol. 4. No. 2. (2015). 418
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba.
- Maribun, B.N. 2003. *Kamus Manajemen*. Jakarta:Pustaka Sinar Harapan.
- Moleog, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mujaidin, Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mushfar,Tengku Firli. 2020. *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Musnaini, et. all. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Narbuko, Cholid & Abu Achmad. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Octadelfira, Tessa, Zulkarnain, Syapsan. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Pasar Oleh-Oleh Modern di Kota Pekanbaru*, Jurnal Tepak Manajemen Bisnis. Volume XII, No. 3. (2020) 577.
- Poerwadarminto. 1992. *Kamus Umum Bahasa Indonesia edisi ketiga*, Jakarta: Grasindo
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi, Tirtayasa Ekonomika*. Vol. 12. No. 2. (2017) 65.
- Rahma Eva Sheilla, Yoestini. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Volume VI. No. 3 (2007) 261.
- Safitri, Nurul Aini. *Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Melalui Media Sosial*. Kompetensi. Vol. 11. No. 2. (2017) 210.
- Saladin, Djaslim. 2006. *Manajemen Pemasaran. Edisi Keempat*. Bandung: Cv. Linda Karya.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV. Sah Media, 2019), hal. 9
- Soegoto, Eddy Soeryanto. 2014. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung Panduan Bagi Pengusaha, Calon Pengusaha, Mahasiswa, dan Kalangan Dunia Usaha*. Jakarta: PT Gramedia, Cetakan ke-4.
- Sudirman Acai, Fitria Halim, Sherly. 2020. *Marketing dan Media Sosial*, Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 1993. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syahputro, Eko Nur. 2020. *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial*. Gresik: Caremedia Communication.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, edisi kedua.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi Offset

- Ulung, Gagas. 2010. *How To Be A Make Up Artist*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Vernia, Dellia Mila. *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga*. Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi. Volume 1. No. 2. (2017) 106-107
- Widyaningrum, Premi Wahyu, *Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang*, Al Tijarah, Volume 2. No. 2. (2016) 236
- Wijaya, Desy. 2020. *Marketplace Pedia*. Yogyakarta: Laksana, cetakan pertama.
- Wulandari, Ririn Noor Hartanti. *Analisis Strategi Promosi Jasa Make Up Pengantin di Paras Asari Wedding Organizer Melalui Media Sosial*. Jurnal Tata Rias. Vol. 11. No. 1. 2022
- Zarella. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta:PT. Serambi Ilmu Semesta.