

REFERENCE

- Al arief, NR., (2010). *Dasar dasar pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- AyuDani, A., & Suciarto, S. (2018). Analisis Faktor Pengusaha Kuliner Menggunakan Jasa Iklan Instagram" Jakul Semarang" Sebagai Endorser. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi dan Perpajakan (Jemap)*, 1(1), 69-94.
- Annisa, L., Nurul. (2012). *Analisis Faktor Pembelian Secara Online Di Media Sosial Pada Tahun 2012 : Objek Studi Pengguna Facebook Di Indonesia*.
- Ardianto, E., (2017). *Metode Penelitian Untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media
- Arifin, Z., (2017). *Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Aryanto. (2011). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Yrama widya
- Buchory., Herry,A & Saladin, Djaslim. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Bunguin, Burhan, B. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia
- Darmawan, D., (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Dinda, SP., Reni, N (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAUI MEDIA PROMOSI (Study Deskriptif pada Go Lucky House). *Journal of environment and management*, 4(1), 88-99
- Enterprise, J. (2014). Instagram untuk fotografi digital dan bisnis kreatif. Elex Media Komputindo.
- Hasanah., Desi, N., (2014). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai penerapan online marketing pada online Shop(Studi Pada Mahasiswa Telkom Economics And Business School angkatan 2010-2013)*. Skripsi Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Telkom: Diterbitkan
- Helianthusonfri, H., (2013). *Promosi Toko Online*. Jakarta: Elex Media

Komputindo

Heryati, I., & Fitriawati, D. (2020). *ANALISIS STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PIZZA HUT CIMAHI DI TENGAH PANDEMI COVID-19*. 4(2).

Indrajit (2011). Peranan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) dalam peningkatan proses pembelajaran yang inovatif. In Seminar Nasional Pendidikan & Saintec UMS.

Jesslyn, Septis., w (2021). Pemanfaatan media sosial instagram pada online shop @ivoree.id dalam memasarkan produk. *Journal of environment and management*, 2(1), 89-98

Joseph., T., (2011). *Apps The Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Kotler, P & Armstrong, G., (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran.

Kurniawan., Prasetyo, D. Y., Yunita, F., & Muni, A. (2021). PEMANFAATAN FACEBOOK MARKETING UNTUK MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN UMKM TEMBILAHAN. Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir, 7(2), 103-111..

Limakrisna, Nanda dan Susilo, Wilhelmus H. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra wacana Media

Martino, F., Brooks, R., Browne, J., Carah, N., Zorbas, C., Corben, K., Saleeba, E., Martin, J., Peeters, A., & Backholer, K. (2021). The nature and extent of online marketing by big food and big alcohol during the COVID-19 pandemic in Australia: Content analysis study. *JMIR Public Health and Surveillance*, 7(3), 1–16. <https://doi.org/10.2196/25202>

Nisa, F. K., Viratama, A. B., Hidayanti, N., & Tidar, U. (2020). *Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar)*.4(2), 146–159.

Noor, Juliansyah. (2012). *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai, dan Karya Ilmiah*. Cetakan Kedua. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.

Pardede. M. (2014):Uji t, Uji f, dan Uji Koefisien determinasi (Online),

AvailableFrom:<https://www.google.com/search?btnG=1&pws=0&q=HASIL%20UJI%20MENURUT%20PARDEDE> Accessed 11 December 2020.

Rangkuti, F. (2017). Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS. PT Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, F. (2017). Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus. Gramedia Pustaka Utama.

Reza, N.I ., Sudirman, S., Lukman, N. THE EFFECT PROMOTION OF HALAL TOURISM ON INTERESTS TOURISM TO INCREASE INCOME ORIGINAL AREA IN MEDAN CITY. *International journal of economic and business applied.* 1 (2) 179-186 (2020)

Saro, D. (2021). Perancangan Media Promosi Berbasis Web Pada Rendi Barbershop. *Engineering and Technology International Journal*,3(01), 66-82.

Simamora, B. (2005). Analisis multivariat pemasaran. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D. Bandung. Penerbit: CV Alfa Beta.

Sugiyono., (2018). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta

Sumanto, S. (2019). Metode Penelitian:(Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development).

Sunyoto, S. H., Mardia, M., Mistriani, N., Sari, O. H., Dewi, I. K., Purba, B., ... & Murdana, I. M. (2021). Dasar-Dasar Pemasaran. Yayasan Kita Menulis.

Sufa, F., & Munas, B. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di Sekitar Kampus Undip, Tembalang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 226-233.

Suwartono., (2014. *Dasar-Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
Yoldas, Seda. (2012). *A Research About Buying Behaviors of Online Customers*:

Yoldas., Anggraeni, E. Y., & Ratnasari, R. (2017). Perancangan Aplikasi E-Commerce Pada Toko Jam Tangan Alexander Cristie. Jurnal TAM (Technology Acceptance Model), 2, 20-25.

