

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita .
- Firdausi, T. I., & Putri, K. Y. S. (2021). Motif dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ Angkatan 2019 Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram. *Jurnal Common* /, 5(1). <https://doi.org/10.34010/common>
- Irawati dan Irawan Budi Prasetyo Jurusan Manajemen, R., Malangkucecwara Malang Jl Terusan Candi Kalasan, S., & Timur Abstrak, J. (2020). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). In *Oryz*.
- Kotler, P. & K. K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Misbakhul, O., & Mubarak, M. (2022). *E-commerce dalam perspektif hukum syariah* 2(8).
- Nabilaturrahmah Ananda, S. S. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, dan e-WOM terhadap Minat Beli Produk Somethinc pada Followers Instagram @somethincofficial. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* , 8.
- Novaldy Dicky. (2022). Komunikasi pemasaran PT Mustika Ratu Cabang Pekanbaru dalam menghadapi persaingan pasar. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau* , 6.
- Nuriadin, A., Dyan Nofia Harumike, Y., Tana Sanggamu, D., Studi Ilmu Komunikasi, P., & Islam Blitar, U. (2021). Sejarah perkembangan dan implikasi internet pada media masa dan kehidupan masyarakat. *Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 1(1). <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar/index>
- Pedoman Skripsi Riset Sarjana Terapan FE UNJ*. (2023).
- Pratama Putra, A., & Aisyiyah Rachma Dewi, P. (2020). *Efektifitas Terpaan Iklan Ads Instagram Tiket.Com Pada Pengguna Instagram Menggunakan Metode Pendekatan EPIC Model* (Vol. 02, Issue 02). www.tiket.com,
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* / (Vol. 3).
- Ramawati, A., & Setiorini, A. (2023). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik purbasari di Jakarta Timur. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 11(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v11i1.925>
- Rita Dwi Saputri. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia*.

- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah iklan online efektif untuk digunakan dalam promosi perusahaan.. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>
- Shanti Purnamasari, L., Heru Sutanto, A., Angelita, K., & Made Ari Setyarini, N. (2022). Relasi Konsumen dengan Produk Kecantikan serta Pengaruhnya terhadap Purchase Intention. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.4185/http>
- Supriatno, D., Jember, U. I., & Alviansah, P. F. (2022). Instagram sebagai media promosi produk ms glow (*Studi Deskriptif Akun Instagram @msglowbanyuwangi.id*).
- Tuda, S., Nemba Dambe, D., & Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan Timika, S. (2023). Analisis struktur modal dengan rasio solvabilitas pada pt mustika ratu
- Wijaya, A. T., Amani, H., & Tripiawan, W. (2019). Analisis efektivitas iklan media sosial sebagai media promosi (Studi Kasus : Instagram Taya.id). Analysis effectiveness of social media ads as promotional media (study case : Instagram taya.id). www.apjii.com

