

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, & Brown. (2023). *The Role of Emotional Connection in Social Media Engagement: Building Stronger Brand-Customer Relationships*.
- Andlika. (2019). *Penerapan teori penetrasi sosial pada media sosial : Pengaruh pengungkapan jati diri melalui tiktok terhadap penilaian sosial*.
- Anggraeni, W. N., Setianingsih, W. E., Sumowo, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). THE EFFECTIVENESS OF ONLINE PROMOTION THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN INCREASING SALES IN @ROSALINA_SHOP USING THE AIDA METHOD. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 200–208. <https://doi.org/10.31000/combis.v6i2>
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI STAFFEE.CA BOUQUET SIDOARJO. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Aprili, Sadat, & Rivai. (2023). *Studi Eksplorasi Minat Beli Mobil Listrik pada Generasi Milenial. Journal of Business Application*.
- Ardilla, R., & Tuti Hartati. (2020). *Efektivitas Iklan Produk Mie Sedaap dengan Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)*.
- Arsi, & Herianto. (2021). *Langkah-Langkah Uji Validitas Reabilitas Instrumen dengan Menggunakan SPSS*.
- Bahri. (2021). *Pengantar Penelitian Pendidikan (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Dhaniswara, R. A., Kurriwati, N., & Korespondensi, P. (2023). Citation : Dhaniswara, Rangga Arya & Nirma Kurriwati (2022), Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen SNB Coffee Lamongan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 3(1), 76–82. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim>
- Dima, C. C., & Emik Rahayu. (2021). *TRANSISI KOMUNIKASI PEMASARAN SALES & MARKETING DARI OFFLINE KE ONLINE UNTUK BROSUR PROMOSI FASILITAS HOTEL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA SEMARANG*.
- Echdar. (2017). *Metode penelitian manajemen dan bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia, 56.

- Firdausi, & Putri. (2021). *Motif dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unj Angkatan 2019 Dalam Menggunakan Media Sosial*.
- Firmansyah, & Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Handayani, & Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia. Grafika.
- Haryani, D. S., Fauzar, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Tanjungpinang, P. (2021). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UMKM CHACHA FLOWERS* (Vol. 4, Issue 1).
- Haurer. (2020). *social club and innovation. Pengaruh Iklan Media Televisi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee*.
- Hidayat. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Memilih Furniture: Studi Kasus di Jakarta*. Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Iha, H., Seno Sumowo, & Wahyu Eko Setyaningsih. (2020). *Efektivitas Promosi Media Sosial Instagram Pada Swiwings Jember Menggunakan Metode AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)*.
- Istianah, & Yustanti. (2022). *Analisis Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Jenius dengan Menggunakan Metode EUCS (End-User Computing Satisfaction) berdasarkan Perspektif Pengguna*.
- Khan, & Rizwan. (2021). *The Impact of Social Marketing on Consumer Buying Behavior: A Study of the Fashion Industry*. International Journal of Business and Management .
- Kurniawati, & Judisseno. (2020). *Pengguna Skala Likert Untuk Menganalisa Efektivitas Registrasi Stakeholder Meeting: Exhibition Industry 2020*. Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis Dan Mice, 10(1).
- Lestari. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Memilih Furniture di Kalangan Usia Dewasa*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Lestari, V. D., Manajemen, J., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Negara, K. (2023). *Implementasi Efektivitas Pengendalian Intern Pada Sistem Informasi Akuntansi Penggajian*. In *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)* (Vol. 5, Issue 1).
- Napoleoncat. (2024). *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024*.
- Ningrum, W. S., Agung Kresnamurti Rivai P, & Meta Bara Berutu. (2025). *Efektivitas Promosi Produk Bakmi GM Melalui Media Sosial Instagram @Bakmigmania Menggunakan Pendekatan AIDA*.

- Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., Rejeki, S., & Padjadjaran, U. (2020). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARAN INFORMASI PROGRAM PEMERINTAH (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran)*. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir>
- Pertiwi, S. N., Pandi Pardian, Lucyana Trimo, & Agriani Hermita Sadeli. (2020). *EFEKTIVITAS IKLAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KOJAMA SHOP DENGAN PENDEKATAN AIDA MODEL*.
- Prasetyo. (2022). *Pengaruh Domisili Terhadap Preferensi Konsumen dalam Memilih Produk Furniture di Jakarta. Jurnal Riset Pemasaran*.
- Primack. (2017). *Peran sosial media di masa pandemi untuk kemajuan perekonomian di masyarakat*.
- Purwohedi. (2022a). *Metode Penelitian: Prinsip dan Praktik*. Jakarta. Raih Asa Sukses.
- Purwohedi. (2022b). *Metode Penelitian: Prinsip dan Praktik*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Putri, R. L., & Purnaningsih, N. (2020). Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Produk Pangan Olahan Perikanan “CLIPSS CHIPS.” *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 4(4), 463–476. <https://doi.org/10.29244/jskpm.4.4.463-476>
- Rahmawati. (2022). *Preferensi konsumen profesional terhadap produk furnitur. Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Ramadan, A., & Anna Fatchiya. (2021). *EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK “RENDANG UNINAM.”*
- Ramadan, A., Departemen, A. F., Komunikasi, S., Masyarakat, P., & Manusia, E. (n.d.). *EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK “RENDANG UNINAM” The Effectiveness of Instagram as a Promotional Media of Products “Rendang Uninam.” Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat* |, 05(01), 2020–2064. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.757>
- Risnawati, N., & Studi Manajemen, P. (2021). Peran Media Sosial Dimasa Pandemi untuk Kemajuan Perekonomian Di Masyarakat. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 35–46. <https://jipied.org/index.php/JSE>
- Rizkiyah Fagita, A., & Sudrajat, R. H. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CHATAJA MESSENGER (PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA) DI MEDIA SOSIAL*. <https://wearesocial.com/digital-2020>

- Rosita, Hidayat, & Yuliani. (2021). *Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*.
- Salsabila, & Sari. (2022). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood*.
- Santoso. (2023). *Peran furniture dalam menciptakan kenyamanan rumah. Jurnal Desain Interior, 12(3), 45-58.* .
- Sari. (2023). *Analisis Perilaku Konsumen Furniture di Wilayah Jabodetabek. Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Setiawan. (2023). *Preferensi Konsumen Terhadap Produk Furniture: Studi Kasus di Wilayah Jabodetabek. Jurnal Riset Pemasaran*.
- Shabrina, Rahmawati, & Pramudita. (2024). *The Role of Host Credibility in Live Streaming E-commerce: A Study on Consumer Purchase Decisions. Journal of Marketing Research*.
- Smith, & Jones. (2022). *The impact of social media collaboration on consumer engagement and brand loyalty*.
- Studi Ilmu Komunikasi, P. (2020). *TREN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SELAMA PANDEMI DI INDONESIA*. In *Jurnal Professional FIS UNIVED* (Vol. 7, Issue 2).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. CV. ALFABETA.
- Sumadinata, R. F. N. F., Sri Fatimah, Hepi Hapsari, & Muhammad Arief Budiman. (2024). *Efektivitas Iklan Melalui Konten Media Sosial Instagram pada Produk UMKM AlWaliy Honey Gummy dengan Pendekatan AIDA Model*.
- Suriani, N., Risnita, & M.Syahrani Jailani. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*.
- Wijaya. (2024). *Tren sofa berkualitas di kalangan generasi milenial. Jurnal Furnitur Modern, 15(1), 22-30*.
- Yusniawati Dratistiana, L. (2023). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Promosi Pada Jasa Layanan PPSDM Migas. Majalah Ilmiah Swara Patra, 13(2), 65–72*. <https://doi.org/10.37525/sp/2023-2/558>