

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N. U., & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Melalui Instagram Terhadap Kesadaran Merek Cafe Eat Happens. *Journal of Economics and Business UBS*, 11(2), 165–179. www.emarketer.com,
- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, J., Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., & Dharta, F. Y. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Metpen*. <https://penerbitzaini.com/>
- Atika, T. P. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TRAVEL MYHAJIUMROH* (Vol. 7, Issue 2).
- Cotta, P. P. (2022). *Komunikasi Pemasaran Di Instagram Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Brand Awareness The Mayflower Marriot Executive Apartment*. 3(2), 11–19.
- Fadhila, A., & Mustikasari, A. (2020). Influence of Social Media Instagram Promotion on Brand Awareness (Case Study: Pt Rapid Indonesia Technology In 2020). *EProceedings of Applied Science*, 6(2), 1358–1365.
- Gultom, R. (2024). *Review: Perbandingan Platform Media Sosial Terbaru*. Garuda Website. <https://www.garuda.website/blog/perbandingan-platform-media-sosial/>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *ANALISIS DATA KUANTITATIF Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (Vol. 14, Issue 5).
- Melinda¹, V., & Zein², A. (2023). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI TOUR DAN TRAVEL BERBASIS WEB MENGGUNAKAN METODE PERSONAL EXTREME PROGRAMMING (PXP) PADA TODAY TRIP. *|Jurnal Ilmu Komputer JIK*, VI(01).
- Muzizah, C. N., Cardias, E. R., & Ermawati, E. A. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Tamu di Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 91–103. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76840>
- Prasanto, F. G. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amstirdam Coffee Malang. *Journal GEEJ*, 7(2), 7–28.

- Pratama, M. R. (2020). *PENGARUH PROMOSI MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET UMRAH STUDI PADA TRAVEL PT PATUNA*. Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Riyanto, A. D. (2025). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Saliin, E. (2023). Social Media Marketing. *Social Media Analyticsin Predicting Consumer Behavior*, 15–45. <https://doi.org/10.1201/9781003200154-2>
- Sapta Abi, M. M. (2025). *Jangan Sampai Salah Platform Social Media, Pahami Dulu Karakter Penggunanya*. Digital Marketing School. <https://www.digitalmarketingschool.id/pilih-platform-social-media-tepat/>
- Sihotang, N. S., Laoh, E. O. H., & Kaunang, R. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial, Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap LOoyalitas Konsumen Burger King di Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(2), 477–490.
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Swimbawa, M. K., & M. Lemy, D. (2023). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Awareness, Brand Image dan Brand Loyalty Pesona Indonesia. *Bulletin of Community Engagement*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.51278/bce.v3i2.968>
- Ummah, M. S. (2024). Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., & Lubis, M. R. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Desa Perkebunan Bukit Lawang. *Jurnal Pariwisata*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.31294/par.v11i1.21228>

- Yuniatika. (2024). *PENGARUH FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PASCA REVITALISASI DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH*.
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Teori, Metode dan Praktik Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Zakaria, M., & Wardhana, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Mixue Di Indonesia. *Agustus*, 10(4), 2655.

