

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. (1997). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Edisi Revisi IV*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Moleong, L. J. (1997). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Philip Kotler, G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Philip Kotler, G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ricky W Griffin, R. J. (2009). *Pengantar Bisnis edisi 8 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Wahyudi. (2013). *Peran Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Peningkata Keunggulan Kompetitif Sektor UMKM*. Malang: UMM Press.

Jurnal

- Gumilar, G. (2016). Pemanfaatan Instagram sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Ilmu Politik dan Komunikasi*, Volume V No.2.
- H As'ad, A.-R. A. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Business Research*.
- Karman, M. (2015). Impact of Social Media Marketing on Brand Equity Toward The Purchase Intention of Starbucks Indonesia. *iBuss Management*, Vol.3, No 2.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Kompetensi*, Vol 11, No 2.
- L Mileva, A. F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis*, Vol. 58, No 1.



M Kurniasari, A. B. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.co Donuts & Coffee Semarang. *Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 1.

Putri, Y. R. (2016). Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram. *e-Proceeding of Management*, Vol.3, No. 2.

Zulfikar, A. (2017). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta. *Al-Idarah*, Vol. 1, No.2.

Website

(2019, Oktober 2019 1:28 AM). Retrieved from www.kabarbisnis.com:

<https://www.kabarbisnis.com/read/2894640/instagram-dorong-kemampuan-bisnis-insta-preneur-muda-indonesia>

2019, L. I. (2019, 10 Oktober 11:57 PM). Retrieved from Websindo: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>

Brs. (2019, Oktober 12:12 AM). *Kominfo*. Retrieved from Kominfo.go.id:

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker

Buol, R. A. (2019, Oktober 12:03 AM). Retrieved from Zonautara.com:

<https://zonautara.com/2019/09/10/pengguna-internet-indonesia-terus-tumbuh-terbanyak-akses-media-sosial/>

Kompas.com. (2019, Oktober 1:24 AM). Retrieved from money.kompas.com:

<https://money.kompas.com/read/2019/10/02/131800626/ternyata-ukm-lebih-suka-jualan-di-medsos-ketimbang-e-commerce?page=all>

Setyowati, D. (2019, Oktober 1:16 AM). Retrieved from katadata.co.id:

<https://katadata.co.id/berita/2019/03/05/instagram-klaim-70-pengguna-akun-bisnisnya-serap-tenaga-kerja>