

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahmat. (2003). *Pengertian Efektivitas*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Afifah, K. (2016). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram terhadap Tingkat Brand Awareness Roaster and Bear Coffee Lounge & Kitchen*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Belch, G. E; Belch, M. A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, 8th Edition. Newyork: MCGraw-hill Companies
- Carr, C. T.; Hayes, R. A. (2015). *Social Media: Defining, Developing, and Divining*. *Altantic Journal of Communication*.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15456870.2015.972282>
- Drury, G. (2008). *Social Media: "Should Marketers Engage and How Can it be Done Effectively"*. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*.
- Effendy. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Companies
- Kaplan, A. M.; Haenlein, M. (2010) *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*.
https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media
- Kotler, P; Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* 13th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lexy J. M.. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bamdung: Remaja. Rosdakarya.

- Maharani, A; Ardiansyah, I.; Pujianto, T. (2019). Efektivitas Penggunaan Instagram melalui Dua Tahap Analisis pada Zanana dan Oifyoo. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Sukmadinata ,N. S. (2010). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pambudi, A. (2019). Pemanfaatan Akun *Social media* Instagram Sebagai *Social Media Marketing* Di Selayar Dive & Adventure, Sulawesi Selatan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Siagian, S. P. (2001). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta
- Sutanto, H.. (2017). Efektivitas Penggunaan Instagram melalui Tiga Tahap Analisis pada Bebini Gelati Café. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Taprial, V; Kanwar, P. (2012). Understanding Social Media. London: Venyus Publishing ApS.
- Valenza, J. K. (2014). Social Media Currations. Chikago, IL: ALA TechSource.
- Wicaksono, K. C. B. (2013). Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan. Jakarta Barat: BINUS University.
- Wearesocial. Digital 2019: Global Internet Use Accelerates. <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>. Diakses pada tanggal 15 Februari 2020.

Dagi Abhinaya. About US. <https://www.dagiabhinaya.com/id/story-bukit-dagi-1>.

Diakses pada tanggal 15 Februari 2020

Mix Marketing Communication. Mengukur Keberhasilan Penggunaan *Social media* Untuk Pemasaran. <https://mix.co.id/headline/mengukur-keberhasilan-penggunaan-media-sosial-untuk-pemasaran>. Diakses pada 28 Juni 2020.