

DAFTAR PUSTAKA

- Adawia, Popon Rabia, 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line (Studi Kasus Commuter Line Arah Cikarang Ke Jakarta Kota)*. Jurnal : Sebatik p-ISSN.1410 – 3737
- Afiah, N., Hasan, M., Ratnah, S., & Arisah, N. (2022). *Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar*. Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Budaya, 8(4), 1257-1266. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1040>
- Andi Setiawan, Muhammad, and Izha Suci Maghfirah. (2021). *Efektivitas Aplikasi Zoom Dalam Proses Pembelajaran Matematika*. Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi 6, no. 1 (2021): 33–37.
- Aprilia et al., 2022. *Penerapan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Global Guna Meningkatkan Penjualan Kain Tenun Gringsing Desa Tenganan Pengringsingan Bali*. Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital. ISSN 2798-3293, vol.2, No.2 2023, 105-113.
- Ardiansyah. Dkk. 2023. *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam Volume 1 Nomor 2 Juli 2023.
- Ardyan, E., Ivan, J., Parega, E., Suade, Y. K. M., Hutapea, D. M., & Susanti, A. (2021). "I want to be an entrepreneur": The important role of effectiveness of entrepreneurship education and internal locus of control. *Journal of Entrepreneurship Education*, 10(1). <https://doi.org/10.37715/jee.v10i1.1867>
- Arif, K., Kholil, S., & Yasmin, N. (2023). *Peran Instagram Pada Perubahan Sosial Siswa Di SMA Negeri 1 Simpang Empat (Asahan)*. JKOMDIS :Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, 3(3), 673–677.<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1159>.
- Arlinda, S., & Hendro, J. (2024). *Penerapan Digital Marketing Dalam Menarik Minat Beli Produk UMKM Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat*. IKRAITH-EKONOMIKA, 7(2), 184–192. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3347>
- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi*. Jurkom, Riset Komunikasi 1 (1). Hal 147–157.
- Asmarani, A., & Della Shafira, S. (2023). *Media Sosial Instagram Untuk Mendukung Eksistensi Diri @Sholahayub*. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 4(1), 512–530. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v4i1.1449>
- Azizeh, S. N. (2021). *Metode Kisah dalam Meningkatkan Motivasi Belajar dan Kemampuan Bercerita pada Pembelajaran Sejarah Kebudayaan Islam di Madrasah Ibtidaiyah*. Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman, 7(1), 88–114. <https://doi.org/10.35309/alinsyiroh.v7i1.4237>

- Bela, N. A. (2024). *Analisis Penjualan Produk Pempek Secara Online Melalui Instagram Dengan Pendekatan Riset Marketing*. Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi, 2, 386–391.
- Dewi Pertiwi, R. (2021). Pemasaran Jasa Pariwisata. Sleman. DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA). Diambil dari: <http://books.google.com>
- Dwi Septi Haryani and Selvi Fauzar, (2020), *Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada UMKM Chacha Flowers*, Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang, vol. 4, no. 1 (2021), pp. 12–20.
- Elisa Ayu Saffitri and Endah Widati, (2022), *Efektivitas Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial “Instagram” Yang Dilakukan Oleh Umkm Refiza*, Jurnal USAHA, vol. 3, no. 1 (2022), pp. 51–71.
- Eneng Wiliana and Nining Purwaningsih. 2022. “Pengaruh Digital Marketing Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner Di Kota Tangerang Di Masa COVID-19.” MAMEN: Jurnal Manajemen 1 (3): 242–51. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i3.64>
- Erawati, I., et. al. 2017. *Efektivitas Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa*. Jurnal Office. Vol. 3 No. 1: 14- 18.
- Erlina, P., & Kojongian, F. T. (2024). *Penjualan Produk Secara Global Dengan Memanfaatkan Media Sosial Instagram*. Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 1(2), 37–42. <https://doi.org/10.62017/wanargi>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang*. Jurnal Inovasi Penelitian Vol.2 No.2 , 603-612.
- Fadjri, A., & Silitonga, P. (2019). *Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan Digital Marketing terhadap kepuasan pelanggan di pizza Marzano pondok indah mall 2*. Jurnal EDUTURISMA, 3, 1–20
- Fahriana Nurrisa, dkk. 2025. *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data*. Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran Vol.02 No. 03 Januari-Maret 2025.
- Febiyanti, A. M. (2021). *Efektivitas Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Digital. Efektifitas Social Media Sebagai Media Pemasaran Digital*, 9(Juni), 50–65.
- Fiska, "Teori Efektivitas," Gramedia, Diakses Pada 1 Agustus 2025
- Fitria, L., Lubis, F. A., & Nurbaiti, N. (2024). *Analisis Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Suhada Grup*. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 5(3), 212-223.
- Haidar. (2024). *Digital Marketing* [<https://polteksci.ac.id/blog/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli/>]. Polteksci.

- Hanifuddin, I. M., & Cahyono, R. (2021). *Hubungan antara Social Comparison dengan Self Esteem pada Alumni SMA/ sederajat Yang Menjalani Gap Year*. Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM), 1(1), 859–869. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i1.27032>
- Harvey, K. (2014). *Encyclopedia of Social Media and Politics*. In *Encyclopedia of Social Media and Politics (Vol. 1–3)*. United States: SAGE Publications.
- Haryanto, R., & Rahmi, A. (2019). *Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Guna Menarik Generasi Milenial untuk Memilih Produk Tabungan Pada PT Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan Cabang Paringin*. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 213. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1109>
- Huda, E. Z., Triatmono, A., & Istiyanto, B. (2023). *Pengaruh education fair, social media advertisement dan word of mouth terhadap minat daftar perguruan tinggi swasta di Surakarta (studi kasus siswa/siswi SMA dan SMK di Soloraya)*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Daya Saing Kerja*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v4i1.235>
- Husnullail, dkk. 2024. *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah*. *Journal Genta Mulia* Volume 15, Number 2, 2024 pp. 70-78.
- Indahingwati, Asmara . 2019. *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*. (Surabaya: CV Jaked).
- Isalman, I., Ramadhani I, F., Ilyas, I., & Sahdarullah, S. (2022). *Investigasi Faktor Pendukung Dan Penghambat Belanja Online Di Kota Kendari*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 30–46. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3413>.
- Ismail, R. I., & Yuliana, N. (2023). *Peranan Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskripsi Kualitatif Pada Akun Instagram @Disko_51 Di Kota Serang)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 874–886.
- Johana, K., Lestari, F. D., & Fauziah, D. N. (2020). *Penggunaan Fitur Instagram story Sebagai Media Self Disclosure Dan Perilaku Keseharian Mahasiswi Public Relations Universitas Mercu Buana*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(3), 280–289. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i3.111>
- Julianto, B., & Carnarez, T. Y. A. (2021). *Fktor-faktor yang Mempengaruhi Organisasi Profesional: Kepemimpinan, Komunikasi Efektif, Kinerja, dan Efektivitas Organisasi (Suatu Kajian Studi Literature Review Ilmu Manajemen Terapan)*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5).
- Kusumo, R. O., Bangsa, P. G., & Hosana, M. (2019). *Perancangan Fotografi sebagai Media Promosi Pariwisata Pantai Kedung Tumpang, Pucanglaban, Tulungagung*. *Jurnal DKV Adiwarna*, Universitas Kristen Petra, 1-10.

- Lee, W. L., & Aulia, S. (2023). *Analisis Digital Marketing Media Sosial Instagram Dare Photobooth*. Prologia, 7(2), 263-268. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.21349>
- Lena, 2021. *Kumpulan Best Practice Dan Penelitian Tindakan*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., Kawet, R., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 8(4), 11–20.
- Mahasinul Akhlak, M. L. (2021). *Efektifitas Dan Efisiensi Digital Marketing Melalui Otomatisasi Instagram*. Transformasi, 16(2), 60–72. <https://doi.org/10.56357/jt.v16i2.221>
- Mardia, M., Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., & Weya, I. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis
- Marisa Puspita Sary et al., (2022), Efektivitas Instagram Sebagai Promosi Wirausaha Mahasiswa FIS Universitas Negeri Jakarta Selama Pandemi“, Jurnal Niara, vol. 15, no. 2 (2022), pp. 282–94.
- Maruf, M. A., Utomo, M. W., Nurfizri, S., & Ardila, S. (2023). *An Analysis of Instagram Live Performance for Health Promotion Strategy: a Case Study of @iakmitangsel*. Jurnal Semesta Sehat (J-Mestahat), 3(2), 46–53. <https://doi.org/10.58185/j-mestahat.v3i2.108>
- Mely Susanti and Zulfebrigdes, (2019) *Efektivitas Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online Busana Muslin Inayalooks*, Prosiding Manajemen Komunikasi, vol. 5, no. 2 (2019), pp. 610–8.
- Mozin, M. D., Octaviany, V., & Baharta, E. (2019). *Efektivitas Pemasaran Online Pada Shopping Mall Kota Bandung 2019*. EProceedings of Applied Science, 5(3), 2759–2764.
- Mulyati, A., Imron, H. R., Zabidi, I., Hendra, L., & Suryono, D. W. (2021). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian pada UMKM Inoy Daily Wear di Tasikmalaya. Jurnal STEI Ekonomi-JEMI, 30(2). <http://repository.stei.ac.id/7192/>
- Naura Cantika and Sutisna Riyanto, (2022) *Efektivitas Instagram sebagai Media Informasi dalam Promosi Wisata Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor, Jawa Barat*, Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM], vol. 6, no. 2 (2022), pp. 219–32.
- Nico Singgih Miyata dan Ec Eddy Madiono Sutanto et al., (2019), *Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Kristen Petra, Agora*, vol. 7, no. 2 (2019), p. 287046.

- Noviantoro, R., Fitriano, Y., & Santri, D. (2022). *Pelatihan Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Komplang Ikan di Jln . Pasundan 2 RT 05 RW 01 Kelurahan Sumber*. 1(2), 77–80
- Nurudin. (2020). *Media Sosial Identitas, Transformasi dan Tantangannya*. Malang: Intelegensi Media.
- Permana, I. P. H., & Pratiwi, N. K. A. N. (2021). *Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online @deliciousbali*. *JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management*, 1(1), 12–18. <https://doi.org/10.52432/justbest.1.1.2021.12-18>
- Pratiwi, A., & Madanacaragni, M. G. (2020). *Instagram Sebagai Media Promosi Festival Pariwisata Kota Bogor (Studi Etnografi Virtual Pada Akun @cgmbogor_Fest)*. *Jurnal Audience*, 3(1), 117–145. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.3728>
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1(1). 1–17.
- Putri, P. M dan Marlien, R. A. 2022. *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online*. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (online)*, Vol 5 No. 1. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Rizal Safarudin, dkk. 2023. *Penelitian Kualitatif*. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 9680-9694.
- Rizky, N., & Dewi Setiawati, S. (2020). *Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177–190. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.177-190>
- Rizki Amalia, (2022), *Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Menarik Minat Pengunjung Di Kopi Sadis Medan*, pp. 167–71, <https://doi.org/10.30743/mukadimah.v6i2.4929>.
- Rizky Firman Maulana Noorshanti Sumarah, and Muchamad Rizqi, (2021), *Efektivitas Instagram @ mangrovewonorejo sebagai Media Promosi Pariwisata di Surabaya*.
- Rohaeni, Heni, 2018. *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal : Ecodemica*, Vol. 2 No. 2
- Rolan Nurrahman and Yuliati, (2019), *Efektivitas Media Sosial Instagram @ Visitbengkulu Effectiveness of Social Instagram @ Visitbengkulu As a Promotion Media for Tourism Bengkulu Province*, *Kaganga*, vol. 3, no. 1 (2019), pp. 25–36.
- Sa'adah, Lalilatus, 2018. *Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jakarta : CV. Budi Utami.
- Sari, A. L. (2022). *Narasi Industri Pemasaran dan Konsumen Baru: Komunikasi Pemasaran Di Media Sosial dan Perilaku Pencarian Informasi Kalangan*

- Milenial dan Centenial. Perspektif*, 11(2), 700–709.
<https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.6163>
- Sekarwangi, P. T. C., Prawira, S. A., & Permana, E. (2022). *Strategi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Coffee shop*. *Jurnal Ilmu Komputer & Bisnis*, 13(2a), 15-27.
<https://doi.org/10.47927/jikb.v13i2a.362>
- Setiawan, D. (2019). *Strategi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Pariwisata di Yogyakarta*. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 15(3), 78–95.
- Shafa, A., Jurusan, F., Niaga, A., Div, P., Pemasaran, M., Malang, P. N., Niaga, J. A. (2023). *Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Iklan Berbasis Aplikasi Canva Pada Kopi Probio+ Malang*. *Jurnal Sains Student Research*, 1(2). <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.371>
- Sinambela, B. K., & Zevi Ariska. (2023). *Pengaruh Fitur Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Remaja (Survei Pada Remaja Di RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara Tangerang)*. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 2(1), 8–18. <https://doi.org/10.59408/netnografi.v2i1.14>
- Suhardi, Y., Akhmadi, A., Darmawan, A., & Naili, N. (2023). *Pengaruh Media Sosial, Electronic word of mouth, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Makanan Oke Enak Rawamangun)*. *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 4(2), 122-137. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v4i2.3257>
- Supriyono, Nugraheni, P. (2020). *Pengembangan Media Game Visual Novel Berbasis Etnomatematika Untuk Meningkatkan Pemahaman Konsep Pada Materi Aljabar*. *Ifmatika: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Matematika*.
- Susanto, H., Rosita, R., Maheresmi, H., Maradidya, A., & Nagari, A. (2022). *Intellectual capital sebagai penentu efisiensi operasi pada rumah sakit di Indonesia*. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 19(4), 1–12.
<https://doi.org/10.30872/jakt.v19i4.11848>
- Susilawaty, F. T., Wardanhi, S. S., Sudirman, F. A., & Halika, L. O. H. (2022). *Persuasi Fitur Instagram: Stay on Screen*. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 7(1), 107. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v7i1.22539>
- Syam, Shofiana, (2020) *Pengaruh Efektivitas Dan Efisiensi erja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Banggae Timur*, *Profitability: Jurnal Ilmu Manajemen* vol. 4, 2020, pp. 128–52.
- Tarandung, (2023), *Efektivitas Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance Pada Pelayanan Publik Di Era Digital (Studi Di Kantor Camat Ternate Utara Kota Ternate)*, *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5 (2023): 4293–4302.

- Tjiptono, Fandy dan Chandra. 2019. *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trivaika, E., & Senubekti, M. A. (2022). *Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android*. *Nuansa Informatika*, 16(1), 33–40. <https://doi.org/10.25134/nuansa.v16i1.4670>
- Utami, A. M., & Wahyudi, T. N. (2024). *The Role of Influencers and Digital Marketing in Boosting Sales for Culinary MSMEs in Solo*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 28-38. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i1.688>
- Wilda Julianti et al. 2024. *Pengaruh Gratis Ongkir Dan Sistem Pembayaran Cash On DeLivery-Cek Dulu (COD-Cek Dulu) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee*. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*. 4, 1 (Feb. 2024), 133–150. DOI:<https://doi.org/10.55606/jimek.v4i1.2683>
- William Jaya Suprana. (2023). *Lisensi Hak Cipta dan Perlindungan Hukum Hak Cipta Atas Konten Fotografi dan Potret Dalam Penggunaan Instagram*. *Binamulia Hukum*, 9(2), 183–196. <https://doi.org/10.37893/jbh.v9i2.372>
- Yasri Rifa'i. 2023. *Analisis Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Pengumpulan Data di Penelitian Ilmiah pada Penyusunan Mini Riset*. *Cendekia Inovatif dan Berbudaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* Vol. 1. No. 1., Juli 2023 Hal. 31-37.
- Yusni Nur Aini dan Edy Sudaryanto, (2023) *Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sehatsurabayaku Sebagai Informasi Vaksinasi Covid-19 Masyarakat Kota Surabaya*, *Jurnal Sintesa* , vol. 7, no. 2 (2023), pp. 70–79.