

DAFTAR PUSTAKA

- Adeniran, J. A., Egwuonwu, T. K., & Clara O. K. Egwuonwu. (2016). The Impact of Sales Promotions on Sales Turnover in Airlines Industry in Nigeria. *International Journal of Marketing Studies*, 8(3), 99. <https://doi.org/10.5539/ijms.v8n3p99>
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang* [Preprint]. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/dqb9m>
- Ayutiani, D. N., & Satria Putri, B. P. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *PROfesi humas: jurnal ilmiah ilmu hubungan masyarakat*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>
- Belisa, N. (2018). *Pengaruh Sales Promotion Voucher Diskon Melalui Media Sosial Instagram @Brosisdeal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Merchant Lokal Pekanbaru*. 5(1), 12.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed). Pearson.
- Dewa, C. B. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta)*. 1, 6.
- Doni, F. R. (2017). *Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja*. 3(2), 9.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Fauziah, R., Ratnamulyani, & Kusumadinata. (2018). Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial. *JURNAL KOMUNIKATIO*, 4(1). <https://doi.org/10.30997/jk.v4i1.1210>
- Fitri, S. (2017). Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak. *NATURALISTIC: Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 1(2), 118–123. <https://doi.org/10.35568/naturalistic.v1i2.5>

- Genchev, E., & Todorova, G. (2017). Sales promotion activities – effective tool of marketing communication mix. *Trakia Journal of Science*, 15(Suppl.1), 181–185. <https://doi.org/10.15547/tjs.2017.s.01.033>
- Gumilar, G. (2015). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung*. 2, 8.
- Harsono, H. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. jasmine.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack*. 1, 10.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Indrawati, K. A. P., Sudiarta, I. N., & Suardana, I. W. (2017). *Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook Dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali*. 17(2), 6.
- Irfaannumulah, A. (2017a). *Peran Sales Promotion Melalui Iklan Di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen*. 11(2), 8.
- Irfaannumulah, A. (2017b). *PERAN SALES PROMOTION MELALUI IKLAN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN*. 11(2), 8.
- Leavy, P. (Ed.). (2014). *The Oxford handbook of qualitative research*. Oxford University Press.
- Marnisah, L., Saputra, D., & Rosni, A. K. (2016). *Analisa Efektifitas Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Membeli Semen Baruraja Di Kelurahan Sekip Jaya Kecamatan Kemuning Palembang*. 7, 5.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Pengantar, K., & Semiawan, D. C. R. (n.d.). *JENIS, KARAKTERISTIK, DAN KEUNGGULANNYA*. 171.
- Pondaag, T. O., & Soegoto, A. S. (2016). *Evaluasi Strategi Promosi Dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pt. Astragraphia, Tbk Cabang Manado*. 11.
- Prasetyo, A., & Wahyuati, A. (2016). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes*. 5, 17.

- 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>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Ramadhan, F. H. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan*. 4(2), 15.
- Ramanathan, U., Subramanian, N., & Parrott, G. (2017). *Role of social media in retail network operations and marketing to enhance customer satisfaction*. http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/28817/1/PubSub6354_Ramanathan.pdf
- Rosaliana, F., & Kusumawati, A. (2018). *Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang*. 10.
- Sholihat, A. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie*. 5(1), 15.
- Simamora, D. (2019). *Aktivitas Promosi Rumah Makan Grill Bro Di Media Sosial Instagram Pada Akun @Grillbro.Id*. 7, 12.
- Singh, U. S., & Sahin, O. (2017). Measuring the Effectiveness of Sales Promotion Activities on Brand Loyalty: A Study on COCA COLA. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 3(3). <https://doi.org/10.23918/ijsses.v3i3p159>
- Spardley, J. P. (2007). *Metode Etnografi*. Tiara Wacana Jogja.
- Suciati, P. (2018). Instagram Marketing Techniques for Online Store: A Descriptive Study. *KnE Social Sciences*, 3(11), 811. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i11.2808>
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang* [Preprint]. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Tamamudin, T. (2015). Promosi Industri Batik Pekalongan (Penerapan, Kemudahan, Dan Hambatan). *JURNAL HUKUM ISLAM*, 13(2), 99. <https://doi.org/10.28918/jhi.v13i2.489>

- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi humas : jurnal ilmiah ilmu hubungan masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>
- Winarsih, P. T. (2019). *Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta 2019*. 13.
- Zulfikar, F., & Supriyoso, P. (2019). *Efektivitas Penjualan Online Melalui Media Sosial Pada Perusahaan Cv Billionaire Sinergi Korpora (Billionaire Store)*. 5.