

DAFTAR PUSTAKA

- Djamil. (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Faturrohman, Yusuf Enril. (2016). *Peran Media Sosial Sebagai Ujung Tombak Pemasaran Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*. Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Herdiyana, dkk. (2024). *Peran Promosi Penjualan Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan di Maraca Books and Coffe*. Jakarta: Universitas Bhayangkara.
- Herdiyani, Sankist, dkk. (2022). *Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review*. Sumedang: Universitas Padjadjaran.
- Karim, dkk. (2022). *Peran Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Umkm Tinelo Putri Di Desa Popalo Kabupaten Gorontalo Utara Kecamatan Anggrek*. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Priklanan*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Lestiana, N. (2016). *Aktifitas Promosi Kuliner Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Mengenai Aktifitas Promosi Kuliner pada Akun Instagram @kulinerdisolo di Kota Solo)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurasmi, dkk. (2023). *Peran Media Sosial dan E-Commerce Bagi UMKM Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. Palopo: Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Nurfajri, dkk. (2021). *Peran Media Sosial dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Kasus Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur)*. Kalimantan Tengah: AIN Langsa.
- Puspitarini, Dinda Sekar. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. Bandung: Universitas Telkom.
- Putra, N. (2014). *Penelitian Kualitatif IPS*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Refilia, dkk. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Indonesia*. Lampung: Universitas Islam Raden Intan Lampung.
- Riska, dkk. (2023). *Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Penjualan Jasa Laundry (Study Kasus Pada Queen Laundry)*. Gorontalo: Universitas Bina Sarana Informatika.
- Romdonny, Jefry. (2018). *Peran Media Sosial dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis*. Bandung: STIE Kridatama.
- Rusdiono. (2019). *Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Brand lokal Pada Brand lokal Antler MakeUp @antler.makeup*. Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika.

Suryani, Ita. (2014). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Tampubolon, Mikharisti, dkk. (2016). *Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Crematology)*. Bandung; Universitas Telkom.