

DAFTAR PUSTAKA

- Aldianto, E. (2020). Strategi Pemasaran Digital Sosial Media Instagram Dengan Menggunakan Bantuan Selebgram di Indonesia. *International Journal of Hypertension*, 1(1), 1–171.
- Bilgin, Y. (2018). the Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148.
- Bungin, B. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers. Cet. IX.
- Elizabeth Meilyana, SE (2018). AISAS Model. *Global Business Marketing Jordan*, R. S. (2018). Social media marketing strategies used by small retail businesses. *ProQuest*, 10975518(2), 122.
- Handika, M. R. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram by Kata Kunci : Media Sosial , Instagram Marketing , Influencer , Marketing Mix , dan Cost . Keyword : Social Media , Instagram Marketing , Influencer , Marketing Mix . 15(2), 192–203.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- (Rizkinawara, Leski, 2019)
- S.Faisal. (2005). *Penelitian Kualitatif Dasar dan Aplikasi*. Malang: Hamdani.A.
- (2016). *Manajemen Pemasaran produk, Edisi II*. Yogyakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Social, Jilid 1 dan 2. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga. (IPK, Puslitbang Aptika dan, 2019)
- YA3. S.Nasution. (1998). *Metode Research I*. Yogyakarta: Andi Offset. Kotler & Armstrong (2006, p521), *Strategi Pemasaran Digital Media*
- [Http://aptika.kominfo.go.id](http://aptika.kominfo.go.id)
- [Http://www.academia.edu/36522428](http://www.academia.edu/36522428)
- <http://liputan6.com>