

DAFTAR PUSTAKA

- Anugerah, D.T. & Hidayat, A.M. (2018). Implementasi Event Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Niion Indonesia Utama Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4 (2), 305.
- Astuti, W. (2023). *Analisis Perubahan Gaya Kepemimpinan Atas Motivasi Kerja Karyawan Di Klinik Miracle*. (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2023). Diakses dari <http://repository.stei.ac.id/9269/>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: mediakita.
- Bitlabs Academy. (2020). *Kupas Tuntas Instagram Insight dan Cara Membaca Datanya*. Diakses pada 26 Desember 2024, dari <https://bitlabs.id/blog/instagram-insight/>
- Fassawa, S. (2019, 28 Oktober). *Industri Buku dan Evolusi Sistem Tata Niaga*. Pesan ditulis di <https://ekspresionline.com/industri-buku-dan-evolusi-sistem-tata-niaga/>
- Fiantika, F.R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., et al. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Insight Instagram: Pengertian, Manfaat, dan Cara Melihat*. (2024). Diakses pada 26 Desember 2024, dari <https://www.telkomsel.com/jelajah/jelajah-lifestyle/insight-instagram-pengertian-manfaat-dan-cara-melihat>
- Instagram Stories: Create quick and memorable content*. (n.d). Diakses pada 27 Desember 2024, dari https://business.instagram.com/instagram-stories?locale=en_GB
- Introducing Stories Highlights & Stories Archive | Instagram Blog*. (2017). Diakses pada 26 Desember 2024, dari <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-stories-highlights-and-stories-archive>

- Kurcwald, K. (2024). *How to Access and Use Instagram Insights – Full 2024 Guide*. Diakses pada 26 Desember 2024, dari <https://napoleoncat.com/blog/understand-instagram-analytics-insights/>
- Maharani, S. (2022). *Penggunaan Fitur Instagram Reels Sebagai Personal Branding*. (Skripsi, Universitas Islam Riau, 2022). Diakses dari <https://repository.uir.ac.id/15296/>
- Maulana, F. V. M. (2022). *Pengelolaan Instagram Sebagai Media Promosi Parawisata (Studi Pada Akun Instagram @jelajahblitar)*. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2022).
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Natasya, A. R. (2022). *Genre yang Biasa Ada dalam Kategori Buku Fiksi*. Diakses pada 16 Januari 2024, dari <https://www.gramedia.com/blog/genre-yang-biasa-ada-dalam-kategori-buku-fiksi/>
- Nurulhuda, A. & Priansa, D.J. (2021). Strategi Social Media Marketing Melalui Instagram Pada PT. Telkom Indonesia STO Ujungberung Tahun 2021 (Studi Deskriptif Pada Akun @indihomeujungberungarea). *eProceedings of Applied Science*. 7 (4), 672.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Surabaya: Kencana.
- Pengertian dan Istilah. (2023). *Arti Tag di Instagram, Cara Tag, dan Istilah Lain di Media Sosial*. Diakses pada 23 Desember 2024, dari <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/arti-tag-di-instagram-cara-tag-dan-istilah-lain-di-media-sosial-21HSqAlVweb>.

- Pratiwi, V. & Wahid, U. (2021). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan PT. Bukku Media Integrasi (Bukku) Pada Masa Pandemi Covid 19 Melalui Instagram @bukukuid. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*. 7 (2), 710-724.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaan Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putri J, A.E. (2023). *Strategi Social Media Marketing Pada Akun Instagram @ragakopi Dalam Membangun Brand Image*. (Skripsi, Universitas Islam “45” Bekasi, 2023). Diakses dari <http://repository.unismabekasi.ac.id/3821/>
- Putri, L.D.K. (2020). *Strategi Social Media Marketing Dailynoon Store Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @dailynoon.store)*. (Skripsi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2020). Diakses dari <https://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/8530/>
- Rahadi, D.R. & Zainal. (2017). Sosial Media Marketing Dalam Mewujudkan E-Marketing. *Journal Marketing*, 4 (8), 71-72. Diakses 17 Januari 2024, dari Repository Proceeding Seminar Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rizaty, M. A. (2024). *Deretan Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbesar pada April 2024, Indonesia Posisi Keempat*. Diakses pada 26 Desember 2024, dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/deretan-negara-dengan-jumlah-pengguna-instagram-terbesar-pada-april-2024-indonesia-posisi-keempat>
- Rumman, A.A & Alhadid, A.Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3 (1), 334-335.
- Sakinah, R. A. (2024). *Minat Baca di Indonesia Naik, Perpunas Pasang Target Ambisius pada 2024*. Diakses pada 26 Desember 2024, dari <https://data.goodstats.id/statistic/minat-baca-di-indonesia-naik-perpunas-pasang-target-ambisius-pada-2024-dola9>

- Salim, M. P. (2023). *Feed Instagram Adalah Halaman Profil, Ini Tips Membuat Feed IG Menarik*. Diakses pada 17 Januari 2024, dari <https://www.liputan6.com/hot/read/5440370/feed-instagram-adalah-halaman-profil-ini-tips-membuat-feed-ig-menarik>
- Salmaa. (2021). *19 Genre Buku Nonfiksi yang Perlu Diketahui*. Diakses pada 16 Januari 2024, dari <https://penerbitdeepublish.com/genre-buku-nonfiksi/>
- Santoso, J. (2023) *Membaca Buku Dunia dan Indonesia*. Diakses pada 2 Februari 2024, dari <https://nasional.sindonews.com/read/1090005/18/membaca-buku-dunia-dan-indonesia-1683317122>
- Silviani, I. & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Widiana, A.N.A. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Media Sosial Instagram @prassa.ku*. (Skripsi, Universitas Islam "45" Bekasi, 2022). Diakses dari <http://repository.unismabekasi.ac.id/137/>