

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra . (2021). *Metode Penelitian kualitatif* . Bandung : Gramedia .
- Agrosamdhyo. (2020). *Objektivitas Mahasiswa dalam Berwirausaha* . Bandung : Media Sains Indonesia .
- Agrosamdhyo. (2020). *Objektivitas Mahasiswa dalam Berwirausaha* . Bandung : Media Sains Indonesia .
- Agrosamdhyo. (2020). *Objektivitas Mhasiswa dalam Berwirausaha* . Bandung : Media Sains Indonesia .
- Anas , A. (2020). *Pengembangan Kewirausahaan Bagi Mahasiswa dan Alumni . Pengabdian Pada Masyarakat* , 6.
- Bagaskoro. (2019). *Pengantar Teknologi Informatika dan Komunikasi Data* . Yogyakarta : CV Budi Utama .
- Baihaqi . (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Toko Vanhelen* . *Skripsi* , 11.
- Boyd . (2019). *Media Sosial Untuk Marketing* . *Ekonomi* , 11.
- Bungin . (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan dan Konseling* . *Jurnal Fokus Konseling* , 17.
- Bungin . (2018). *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data* . Yogyakarta : Gramedia .
- Cahyadi . (2019). *Pemanfaatan Media Terhadap Keberhasilan Wirausaha* . Kuningan : Inovasi Pratama Internasional .
- Cahyadi , W. (2019). *Pemanfaatan Media Terhadap Keberhasilan Wirausaha* . Bandung : Gramedia .
- Caropeboka , M. R. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi* . Yogyakarta : ANDI (Anggota IKAPI).

- Dewi. (2017). *Konsep dan Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Dewi, D. C. (2022). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh UMKM Bolen Kharinda. *Bulletin of Management & Business (BMB)*, 306.
- Dewic. (2022). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh UMKM Bolen Kharinda. *Bulletin of Management & Business (BMB)*, 306.
- Helianthusonfri , J. (2020). *Instagram Marketing Untuk Pemula* . Jakarta : Gramedia .
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing* . Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Indarti , N. (2014). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* , 21.
- Miranda. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion. *Jurnal FISIP*, 7.
- Miranda, S. (2017). PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA ONLINE SHOPPING FASHION. *Jurnal FISIP* , 7.
- Moleong , L. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif . *PT Remaja Rosdakarya*, 330.
- Nuraeni, S. D. (2017). ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA PT.NIION INDONESIA UTAMA PADA TAHUN 2017. *e-Proceeding of Applied Science, III*, 65.
- Nurahman . (2021). *Pengantar Statistika* . Bandung : Penerbit Media Sains Indonesia .
- Patton , M. Q. (2019). Qualitative Education Methods. *Beverly Hills: Sage Publication* , 331.
- Prasetio, A. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Surabaya.
- Priatni , A. P. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Martha Tilaar Salon Day Spa. *Jurnal Ekonomi* , 145.

- Priatni. (2019). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Martha Tilaar Salon Day Spa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Perbankan*, v, 145.
- Priatni. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Martha Tilaar Salon Day Spa. *Jurnal Ekonomi* , 145.
- Priatni. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Martha Tilaar Salon Day Spa. *Jurnal Ekonomi* , 145.
- Priatni, A. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Martha Tilaar Salon Day Spa. *Jurnal Ekonomi* , 145 .
- Priowidodo. (2020). *Monograf Netnografi Komunikasi & Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan*. Depok: Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Priowidodo, G. (2020). *Monograf Netnografi Komunikasi & Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan* . Depok: Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Purwanti . (2020). *Data Mining* . Purwokerto .
- Putri , E. S. (2018). Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Promosi . *Management Insight* , 10.
- Rangkuti , F. (2015). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama .
- Rangkuti. (2014). *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: Kompas Gramedia Building.
- Rumondang . (2022). *Social Media Marketing dan Bisnis Modern* . Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis .
- Saragi , S. O. (2019). Startegi Komunikasi Pemasaran Pengusaha Bisnis Pengolahan Pisang Crunchy Banana Medan Pada Media Sosial . *Skripsi* , 50-62.
- sidiq. (2018). *Sosial Media Marketing* . Bandung .

- Siyoto. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* . Yogyakarta : Literasi Media Publishing .
- Sugiyono . (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia .
- Suryawardani. (2022). *Pemasaran Media Sosial* . Bandung : Gramedia.
- Tohardi. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial* . Yogyakarta : Gramedia Indonesia .
- Wangsa, W. N. (2022). *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth dan Mendorong pengambilan Keputusan Pembelian*. Tulung Klaten Jawa Tengah : Penerbit Lakeisha.
- Wijaya , U. H. (2020). *Analisis Data Kualitatif* . Makasar .
- Yunikasari . (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Sukabumi : CV jejak .