

DAFTAR PUSTAKA

- Abdhul, Y. (2022) *Manajemen Strategi: Pengertian, Tahapan dan Fungsi*, Penerbit Buku Deepublish.com.
- Arikunto, S. (2017) *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. (2019) *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Arinawati, D. (2019) 'Analisis Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Respon Konsumen (Studi Kasus Homestay Kelas Menengah di Daerah Istimewa Yogyakarta)'.
- Ernawati, D. (2019) 'Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung', *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), p. 17. Available at: <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>.
- Firmansyah, M.A. (2020) *Buku Komunikasi Pemasaran*.
- Graisya Rompis dkk (2020) 'Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1–9.
- Junaidi (2010) *No Title*. Available at: <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/05/17/cara-membaca-tabel-t/>.
- Kuncoro, M. (2018) *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi Keli. Yogyakarta.
- Mulyana, Y. (2021) *5 keuntungan Social Media Marketing Bagi Bisnis*.
- Munirka Nia (2018) 'Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Penabung Dengan Akad Wadiah Di Kantor Pusat BAITUL MAAI WAT TAMWIL(BMT) PAHLAWAN TULUNGAGUNG', pp. 15–56.
- Nurdin, I. dan S.H. (2019) *Metodologi Penelitian Sosial*. Edited by M.S. Cendekia. Surabaya.
- Nursalam (2016) *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan Pendekatan Praktis Edisi.4*. Jakarta: Salemba Medika.
- Qayyumi, U.P. (2021) 'Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial (Instagram,Tiktok dan Youtube) dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Bittersweet By Najla', p. 6.
- Riki Riduansyah Rambe dan Meizy Heriyanto. 2015. Pengaruh Pelaksanaan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Pasien Pada Rumah Sakit Syafira Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*. Vol. 2 No. 1.

- Risnawati, N. (2021) 'Peran Media Sosial Di Masa Pandemi untuk Kemajuan Perekonomian Di Masyarakat', *Jurnal Simki Economic*, 4(1), pp. 35–46.
- Safitri, D. (2018) 'Penggunaan Quantitative Strategic Planning'.
- Sari, Fungsiya & Pangestuti, E. (2018) 'Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-wom) Terhadap Minat Berkunjung & Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon)'.
- Solis (2010) *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta,CV.
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edited by 2018 Bandung: Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Al. Bandung.
- Susanti, N., Halin, & H. and Kurniawan, M. (2018) 'Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Berlian Bersaudara Propertindo (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 dan Taman Arizona 3 di Talang Jambe Palembang', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), pp. 43–49.
- Wadud, M. (2018) 'Bauran Pemasaran Jasa (3 Ps: People, Process & Physical Evidence) Bagi Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(01), pp. 21–29.
- Wahid, R. M., & Wadud, M. (2020) 'Social Media Marketing On Instagram: When Is The Most Effective Posting Timing?.', (2), pp. 198–210. Available at: <https://doi.org/10.36713/epra2013>.
- Zulfikar, A.R.& M. (2017) 'Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta'.