

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, U. F. (2011). *Strategi Komunikasi Pemasaran Rown Division Dalam Memanfaatkan Jejaring Sosial facebook Sebagai Sarana Promosi Secara Online*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2011). *Entrepreneurship*. John Wiley & Sons, Incorporated.
- Effendi, R. (2010). *Pendidikan Lingkungan, Sosial, Budaya, dan Teknologi*. Bandung: CV. Maulana Media Grafika.
- Fitri, R. A. (2018). *Pengaruh Akun instagram Kuliner Lampung sebagai media promosi terhadap keputusan pembelian produk kuliner di bandar lampung (studi pada followers akun instagram @kuliner_lampung)*. Universitas Lampung.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, M., Ramdhan, W., & Maharani, D. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Dan E-Commerce Sebagai Peluang Usaha Mandiri Bagi Kader Desa Kelurahan Dadimulyo*. *Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 7–10. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JPSTM>
- Jesslyn, & Winduwati, S. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk*. *Prodia*, 5(1), 135–141.
- Juju, D. & Maya, M. (2010) *Cara Mudah Buka Toko Online dengan Wordpress+WP E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Offet.
- Kaplan, A & HaenLein., M. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Loekamto, A. (2012). *IMPLEMENTASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DALAM ONLINE SHOPPING*. 1-5.
- Mariotti. (2013). *Media Sosial Dalam Industri Pariwisata*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi (4th ed.)*. Symbiosa Rekatama Media.

- Nasution, D. S., Aminy, M. M., & Ramadani, L. A. (2017). *Ekonomi Digital*. Universitas Islam Negeri Mataram.
- Nawangsari, S., & Karmayanti, Y. (2018). *Konferensi Nasional Sistem Informasi 2018 STMIK Atma Luhur Pangkalpinang*.
- Novita, D., & Wulandari, S. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Peluang Usaha Warga Rt 04 Rw 08 Kelurahan Tugu Depok*. *Journal of Applied Business and Economic*, 8(4), 398–413.
- Puntoadi, D. (2011) *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta (ID) : PT Elex Komputindo.
- Puspitasari, D. (2018). *Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger Di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi Dalam Merias Wajah (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rika, A. (2019). *Pengaruh Instagram Sebagai Media Promosi Terhadap Peluang Usaha Busana Di Kota Makassar (Studi kasus pada akun Instagram @diabeaproject, @famodeclothing, @maskarede.id)*. 1–9.
- Sadiman, A. S. (2002). *Media Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, V. A. (2015). *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*. Skripsi. Universitas Airlangga.
- Siricharoen, W. V. (2012). *Social Media for Supporting Businesses Innovatively in Digital World*. In *International Journal of Engineering Research* (Vol. 3, Issue 8). www.ijerd.com
- Solihin. I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (2nd ed.). ALFABETA.
- Verawati, N. (2016). *Pergeseran Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus Pada Akun @Schonehazzle)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(12), 1–12. www.ubl.ac.id.
- Verby, H., & Audestad, J. A. (2021). *Introduction to Digital Economics: Foundation, Business Models and Case Studies* (2nd ed.). Spring Nature.
- Wave Vital. (2014). *Digital Economies In Emerging Markets*. <http://vitalwave.com/article-presentation/digitaleconomiesin-emerging-markets>.

- Wahyuningtias, A. D., Sasana, H., & Sugiharti, R. (2019). *Analisis Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 1996-2019*. *DINAMIC: Directory Journal of Economic*, 22(1), 45–64.
- Widyaputri, N., Suwu, E. A. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Pemasaran Bisnis Online Shop. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(2), 1–9. <https://databoks.katadata.co.id>.
- Yunus, A. 2010. *Strategi Membaca Teori dan Pembelajarannya*. Bandung: Risqi Press.

