

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM: Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta.
- Ansyari, M. R. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Pada PT. Smart Techtex. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Chalim, & Abdul, K. H. (2018). Modul Media Komunikasi. Institut Pesantren KH. Abdul Chalim.
- Fadillah, T. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Kuki Padang Melalui Media Sosial Instagram. Skripsi. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi Pemasaran. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Harmoni. (2011). Management's Need for web-based CSR Communication: Application of Media Richness Theory. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 16(3).
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Krisna, P., & Nuratama, P. (2021). *Usaha Mikro Kecil Menengah*. Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Luttrell, R. (2015). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. London: Rowman & Littlefield.
- Mai, R. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel di Kota Pekanbaru: Studi Akun Instagram @mitrahotelpku. Skripsi. Universitas Islam Riau.
- Mufiddah, A. (2019). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus *Owner Online Shop By_kk*). Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Pakpahan, Axel Van Basten Amalia Djuwita . (2019). PENGGUNAAN CIRCULAR MODEL OF SoMe MELALUI INSTAGRAM

@TRADEMARK_BDG(Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Instagram @trademark_bdg). e-Proceeding of Management , 6 (2) : 5197-5205

Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial pada Usaha Kecil Menengah (UKM). Jurnal SESINDO, No.2015.

Qorib, Fathul , Asfira Rachmad Rinata, Latif Fianto. (2021). Analisis Customer Engagement pada Akun Instagram @Oksigen_Cafe Menggunakan The Circular Model of Some. 9(2) : 183-197

Qurniawati, Eka Fitrii, Puri Bestari Mardani, Happy Wulandari. (2024). The circular model of "SOME" on digital public relations management of Universitas Islam Riau. Profesi Humas, 8 (2)

Siregar, A. A. P. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Toko Online Shop (Studi Kasus di Kalangan Pemilik Toko Online). Skripsi. Universitas Medan Area.

Sjafirah, N. A., & Prasanti, D. (2016). Penggunaan Media Komunikasi dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, 6(2), 40.

Solomon, M. R. (2011). Consumer Behavior and Marketing Strategy. New York: Pearson Prentice Hall.

Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.

Venus, A., & Dewi, N. R. (2017). Menelusuri Perkembangan Teori Kekayaan Media. Artikel Ilmiah. journal.unla.ac.id.

Wahyuningsih, S. (2013). Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya

