

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, G., Darmawan, F., & Marjuka, Y. M. (2017). Analisis Aisas (Attention, Interest, Search, Action, Share) pada Pengunjung the Lodge Maribaya Lembang. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 5(2), 1-12.
- Daoed, T. S., & Nugraha, F. P. (2019). PENGARUH CITRA MEREK DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA CBR 150 R PADA PT. INDAKO TRADING CO CABANG JL. MAKMUR MEDAN. *Bisnis Corporate*, 4(2).
- Deni, M., & Winarni, S. (2017). Pengaruh Pramuwisata dan Promosi Terhadap Kunjungan Wisatawan Kota Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 15(1), 39-48.
- Dewi, I. A. P. M., Meitriana, M. A., & Zukhri, A. (2016). Efektivitas Iklan dengan Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire dan Action) Studi pada pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 8(3).
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Julaidi, A. (2015). Efektivitas Iklan All Season Photo Surabaya Dengan Menggunakan Media Facebook Dan Instagram. *Jurnal e-Komunikasi*, 3(2).
- Kotler P, dan Keller K.L, (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2. Jakarta , Erlangga.
- Ma'aruf, A. R. S., & Putra, D. K. S. (2019). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERSONAL BRANDING JOKO

WIDODO PADA PEMILIH PEMULA PEMILU 2019. *Journal Acta Diurna*, 15(2), 1-18.

Nurrahman, R., & Yuliati, Y. (2019). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM@ VISITBENGKULU SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA PROVINSI BENGKULU. *Jurnal Kaganga*, 3(1), 25-32.

Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal KMP (Jurnal Komunikasi Pembangunan)*, 17(1), 13-27.

Prasetyo, H., & Rachmawati, I. (2016). Analisis Aisas (attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Pengguna Asus Zenfone Di Indonesia. *eProceedings of Management*, 3(3).

Sahar, S. H., & Sastika, W. (2018). Efektivitas Iklan Prudential Di Media Sosial Instagram Menggunakan Metode Customer Response Index Di Kota Bandung 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(3).

Sanusi, A. (2017), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta, Salemba Empat.

Saputra, M., & De Yusa, V. (2019). ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN DAN BRAND AWARENESS PROGRAM PASCASARJANA IIB DARMAJAYA DI BANDAR LAMPUNG. *DERIVATIF: Jurnal Manajemen*, 13(2).

Sugiyono, (2017), *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung, CV. Alfabeta.

Tanjaya, E. (2018). EFEKTIFITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN MEREK DR. CHURROS. *PERFORMA*, 2(4), 504-513.

Ulfa, & Musadad, M. (2018). *Efektifitas Instagram dalam mempromosikan penjualan kamar Batiqa Hotel Pekanbaru*(Doctoral dissertation, Riau University).

- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur\_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Wicaksono, A., Rachmawati, I., & Prabowo, F. S. A. (2015). Analisis Aisas (attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Penonton Iklan Line Versi Mini Drama Ada Apa Dengan Cinta (aadC) 2014 Pada Youtube Di Indonesia. *eProceedings of Management*, 2(3).
- Winata, A., & Magdalena, B. (2017, November). EVALUASI EFEKTIVITAS PROGRAM PENGGUNAAN PLASTIK BERBAYAR PADA USAHA RITEL DI KOTA BANDAR LAMPUNG. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, No. 1, pp. 21-34).