

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur : Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2), 309–325. Doi: <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>
- Akbar, C. (2021, August 10). *Pemerintah Perpanjang Fasilitas PPN DTP Properti hingga Desember 2021*. Tempo.Co. Diakses dari https://bisnis.tempo.co/read/1493110/pemerintah-perpanjang-fasilitas-ppn-dtp-proprierti-hingga-desember-2021?page_num=1
- Albrighton, T. (2018). *Copywriting Made Simple: How to write powerful and persuasive copy that selles*. Norwich: ABC Business Communications Ltd.
- Amanda, S. (2021, March 19). *Apa itu Internet, Fasilitas, Istilah, dan Manfaat*. Tritto.Id. Diakses dari <https://tirtto.id/apa-itu-internet-fasilitas-istilah-dan-manfaat-gbka>
- Annur, C. M. (2021, November 15). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa*. Databoks. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- Ashfiya, M. Z. (2018). *Perbandingan Tingkat Engagement Anatara Post Foto dan Video Instagram* [Universitas Negeri Yogyakarta, 2018]. Diakses dari http://eprints.uny.ac.id/58107/1/MZaenalAshfiya_12808141078.pdf
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Batubara, A. K. (2014). Media Ecology Theory. *Jurnal Iqra*, 08(02), 133–146.
- Boone, L. E., Kurtz, D. L., & Berston, S. (2019). *Contemporary Business* (18th edition). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2021). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (9th ed). Harlow: Pearson Education Limited.

- Dewi, D. C. (2022). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh UMKM Bolen Kharinda. *Bulletin of Management & Business*, 3(1), 305–312. Diakses dari <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v3/index.php/bmb/article/view/209/112>
- Fadhillah, M. R., Mindara, G. P., & Novianti, F. (2017). Produksi Video Promosi Produk Mekari dan Video After Movie Jurnal Partner Awards and Dinner di PT Mid Solusi Nusantara. *Jurnal Sains Terapan*, 7(1), 70–84. Doi: <https://doi.org/10.29244/jstsv.7.1.70-84>
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 1–16. Doi: <https://doi.org/10.30659/jikm.8.1.22-38>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (cetakan pertama). Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Haryanto, A. T. (2021, February 23). Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta. *Ditikinet*. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta>
- Herman. (2021, August 10). *Fasilitas PPN DTP Properti Diperpanjang hingga Desember 2021*. BeritaSatu.Com. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/812269/fasilitas-ppn-dtp-properti-diperpanjang-hingga-desember-2021>
- Instagram. (2022). *Reels | Pusat Bantuan Instagram*. Diakses pada 16 April 2022, dari https://help.instagram.com/270447560766967/?helpref=hc_fnav
- Instagram Business Team. (2021, June 16). *Memperkenalkan Iklan Instagram Reels: Mengembangkan dan Menjangkau Pelanggan Baru | Instagram for Business*. Instagram. Diakses pada 16 April 2022, dari https://business.instagram.com/blog/introducing-instagram-reels-ads?locale=id_ID
- Izzah, I. (2019, July 26). *Tak Perlu Jauh-Jauh ke Singapura, Hunian Urban Living Hadir di The Kalindra Malang*. *Malang Times*. Diakses dari <https://www.malangtimes.com/baca/42064/20190726/100000/tak-perlu-jauh-jauh-ke-singapura-hunian-urban-living-hadir-di-the-kalindra-malang>
- Jubilee Enterprise. (2021). *Instagram, untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Kemp, S. (2021, February 11). *Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal – Global Digital Insights*. Datareportal. Diakses pada 22 Februari 2022, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing* (8th European Edition). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed). Upper Saddle River: Prentice hall.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brandy, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management* (3rd ed.). New York: Pearson.
- Kristina, E. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Purchase Intention Dengan Vividness Sebagai Variable Mediasi Pada Halodoc. *Jurnal Strategi Pemasaran* , 8(1), 1–7.
- Lararenjana, E. (2021, March 30). *Berikut Fungsi Instagram yang Paling Utama, Bisa untuk Kembangkan Bisnis*. Merdeka.Com. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jatim/berikut-fungsi-instagram-yang-paling-utama-bisa-untuk-kembangkan-bisnis-klm.html>
- Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram Visual Social Media Cultures*. Cambridge: Polity Press.
- Maslen, A. (2015). *Persuasive Copywriting Using Psychology to Influence, engage and sell*. London: Kogan Page Limited.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *Mcquail's Media & Mass Communication Theory* (7th edition). London: Sage.
- Miles, J. (2019). *Instagram Power: Builf Your Brand and Reach More Customers With Visual Influence* (second edition). New York: Mc Graw Hill.
- Nasrullah, R. (2021). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi* (cetakan keempat). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ningshi, L. (2019, May 21). *Apa Itu Year-on-Year?* Warta Ekonomi.Co.Id. Diakses dari <https://wartaekonomi.co.id/read228689/apa-itu-year-on-year>
- Panuju, R. (2021). *Komunikasi Pemasaran Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Kencana.

Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar! (2021). Diakses pada 6 Juli 2022, dari <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>

Putri, V. K. A. (2015). Media Sosial Terintegrasi dalam Komunikasi Pemasaran Brand: Studi Komparasi Pemanfaatan Media Sosial Oleh High dan Low Involvement Decision Brand JURNAL KOMUNIKASI INdONeSIA. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 4(2), 108–115.

Rizal, S.S. (2020). Synchronizing between Lasswell's Communication Model and Abrams' Critical Orientation as a Sophisticated Concept of Literary Communication and Its Associated Studies. *E-Structural*, 2(2), 160-186

Rohimah, A., & Hakim, L. (2021). Ekologi Media: Penguatan Ekuitas Industri Pariwisata Melalui Media Sosial Marketing. *Ilmu Komunikasi*, 5(1), 99–118.

Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and other aspects of integrated Marketing Communications* (9th ed.). Mason: South-Western College pub. Tersedia dari <https://cloudflare-ipfs.com/ipfs/bafykbzacebpwg7yu7v7oyrrpd7zn3rkd2rtic6v5jwo7h3ntspeyiyz244eyq?filename=Terence%20A.%20Shimp%2C%20J.%20Craig%20Andrews%20-%20Advertising%20Promotion%20and%20Other%20Aspects%20of%20Integrated%20Marketing%20Communications-South-Western%20College%20Pub%20%282013%29.pdf>

Strauss, J., & Raymond, F. (2014). *E-marketing* (seven edition). Harlow: Pearson Education Limited.

Styaningsih, P. (2021, November 26). *Pasar Properti Residensial Di Tengah Pandemi Covid-19*. Setyaningsih, Putri. Diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-tarakan/baca-artikel/14441/Pasar-Properti-Residensial-Di-Tengah-Pandemi-Covid-19.html>

Survei Harga Properti Residential. (2022, January 1). Bank Indonesia. Diakses dari https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/SHPR_Tw.IV_2021.pdf

Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Nina, M., Setiawan, Y. B., Simatupang, S., Sari, O. H., Liharman, S., Bonaraja, P., Maya, S., & Indah Kusuma Dewi. (2021). *Komunikasi Pemasaraan: Vol. Cetakan Peratam*. Medan: Yayasan Kita Menulis. Tersedia dari

https://martonomily.com/wp-content/uploads/2021/02/FullBook_Komunikasi_Pemasaran_pdf.pdf

West, R., & Tumer, L. H. (2018). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (5th ed., Vol. 2). Jakarta: Salemba Humanika.

