

DAFTAR PUSTAKA

- Adenia, N. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Offline Pada Toko RR Stuff Di Bengkulu*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu
- Akbar, C. (2020, April 13). *Pandemi Corona, 98 Persen Biro Travel Wisata Tutup Sementara*. *Bisnis.tempo.co*. <https://bisnis.tempo.co/amp/1331082/pandemi-corona-98-persen-biro-travel-wisata-tutup-sementara>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jejak Publisher.
- Aprilisa, E. (2017, July 13). *Ternyata Ini 3 Alasan Orang Betah Menggunakan Facebook*. *Teen.co.id*. <http://www.teen.co.id/read/5412/ternyata-ini-3-alasan-orang-betah-menggunakan-facebook>
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023). *Alasan Tidak Menggunakan Internet*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023). *Media Sosial yang sering digunakan*. <https://survei.apjii.or.id/>
- BBC News Indonesia. (2022, March 8). *Presiden Jokowi umumkan bebas karantina di seluruh Indonesia usai uji coba di Bali, Batam dan Bintan 'lancar'*. *Bcc.com*. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-60649945>
- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*. *Publiciana*, 9(1), 140-157. DOI : <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Christian, N. (2022, October 14). *Jepang Sudah Dibuka! 6 Hal yang Perlu Kamu Ketahui*. *Infojepang.net*. <https://www.infojepang.net/jepang-sudah-dibuka-6-hal-yang-perlu-kamu-ketahui/>
- CNN Indonesia. (2019, July 10). *Milenial Akses Internet 7 Jam Sehari, Suka Belanja Nontunai*. *Cnnindonesia.com*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190710080259-192-410748/milenial-akses-internet-7-jam-sehari-suka-belanja-nontunai>
- CNN Indonesia. (2022, June 11). *Youtube Jadi Raja Media Sosial di Indonesia, Diakses 94 Persen Warga*. *Cnnindonesia.com*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220610164924-192-807472/youtube-jadi-raja-media-sosial-di-indonesia-diakses-94-persen-warga>

- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Buku Ajar*. Zahir Publishing.
- Dw. (2021, October 8). *Fenomena 'Revenge Travel' Setelah Pandemi Berpotensi Picu Gelombang 3 COVID-19*. Tempo.co. <https://www.tempo.co/dw/5841/fenomena-revenge-travel-setelah-pandemi-berpotensi-picu-gelombang-3-covid-19>
- Fani, A. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop Babyeye_Id Melalui Aplikasi Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Faruzan, R. (2020). *Gara-Gara Covid-19: 90 Persen Agen Perjalanan Tutup, 50.000 Pekerja Terdampak*. Bisnis.com. <https://m.bisnis.com/amp/read/20201027/12/1310149/gara-gara-covid-19-90-persen-agen-perjalanan-tutup-50000-pekerja-terdampak>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media
- Fritah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Cv Jejak.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, Evi F., Istiqomah, Ria R., Fardani, Roushandy, Asri F., Sukmana, Dhika J., Auliya, Nur H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Hayati, R. (2020, Oktober). *Pengertian Subjek Penelitian dan Contohnya*. PenelitianIlmiah.Com.
- Karim, R. (2021, Maret 5). *Pengertian Subjek Penelitian: Perbedaan dengan Objek dan Contoh*. Penerbit Buku Dee Publish.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Lararenjana, E. (2021, March 30). *Berikut Fungsi Instagram yang Paling Utama, Bisa untuk Kembangkan Bisnis*. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/jatim/berikut-fungsi-instagram-yang-paling-utama-bisa-untuk-kembangkan-bisnis-klm.html>
- Laucereno, S. F. (2022). *Berdarah-darah karena Pandemi, Sektor Pariwisata Bangkit Lagi*. Finance.detik.com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6254031/berdarah-darah-karena-pandemi-sektor-pariwisata-bangkit-lagi/amp>
- Lune, H., & Berg, B. L. (2017). *Qualitative research methods for the social sciences* (Ninth edition, global edition). Pearson.

- Mahdi, I. M. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Jawara.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Mubarokah, A., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 98-104. ISSN 2548-7175.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nazar, M. A. (2022). Peran Pustakawan SMAN 1 Cianjur Sebagai Pengelola Layanan Informasi dalam Meningkatkan Minat Membaca (literasi) pada Siswa SMAN 1 Cianjur di Masa Pandemi. *Bibliotika: Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*, 6(2), 191-203.
- Susanto. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rmx (Rossy Motocross) Shop Purwokerto*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
- Norhabiba, F., & Putri, S.A.R. (2018). Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 8-15. ISSN 2548-4907.
- OCBCNISP. (2022, July 26). *Fenomena Revenge Travel, Perjalanan Balas Dendam Usai Pandemi*. Ocbcnisp.com. <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/07/26/revenge-travel-adalah>
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prinsani Cendekia.
- Putra, E. P. (2022, November 21). *Traveloka Travel Fair Catat Tren Perjalanan Akhir Tahun Meningkat*. Republika.co.id. <https://www.republika.co.id/berita/rlo5be484/traveloka-travel-fair-catat-tren-perjalanan-akhir-tahun-meningkat>
- Ramadhani, F. D., & Ardiansyah, M. (2022). *Sistem Prediksi Penjualan Dengan Metode Single Exponential Smoothing Dan Trend Parabolik*. Pascal Books.
- RDY. (2020, October 30). *Whatsapp: Inilah Alasan Orang Banyak Menggunakannya*. Kumparan.com. <https://kumparan.com/berita-update/whatsapp-inilah-alasan-orang-banyak-menggunakannya-1uUUrEt1vra>
- Sadya, S. (2023, May 9). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>
- Safitri, I. (2022). *Analisis SOSTAC Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dapur Lindawaty di Instagram. Tugas Akhir. (S1) - thesis*, Universitas Bakrie.

- Sahaja, I. (2014). *Rumus dan data dalam analisis statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Saldana., Miles, & Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis*. America: SAGE Publications
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 20. <http://dx.doi.org/10.22441/jvk.v16i1.1645>
- Sendari, A. A. (2019, March 1). *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya*. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sudjana, A. A., Aini, S. N., & Nizar, H. K. (2021). Revenge Tourism: Analisis Minat Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19. *Pringgitan*, 2(1), 1-10. DOI: <http://dx.doi.org/10.47256/prg.v2i1.119>
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suka, E. A. A. G., & Lubis, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan. *Jurnal Network Media*, 2(2), 1-27. ISSN : 2569 – 6446.
- Supramono, E. (2015) Analisis Pengaruh Price Dan Promotion Terhadap Penjualan Rokok Pada Swalayan Bintang Di Sampit. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 19-27. <https://media.neliti.com/media/publications/195524-ID-analisis-pengaruh-price-dan-promotion-te.pdf>
- Suwardi, A., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Kimber (@Kimbershoes). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(2), 144-156. E-ISSN: 2621-5306
- Tashandra, N. (2022, October 2). *Ke Korea Selatan Kini Tak Perlu Tes PCR*. Kompas.com. <https://travel.kompas.com/read/2022/10/02/140400127/ke-korea-selatan-kini-tak-perlu-tes-pcr?page=all>

- Tashandra, N. (2022, September 16). *Masuk Thailand Kini Tak Perlu Tes PCR dan Syarat Lainnya.* Kompas.com. <https://travel.kompas.com/read/2022/09/16/141748927/masuk-thailand-kini-tak-perlu-tes-pcr-dan-syarat-lainnya?page=all>
- Utami, S. N. (2023, January 2). *Jangan Tertukar, Ini Pengertian Generasi X, Z, Milenial, dan Baby Boomers.* Kompas.com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/17/130000069/jangan-tertukar-ini-pengertian-generasi-x-z-milenial-dan-baby-boomers>
- Waydaya, M. (2016). Marketing Communication Strategy Through Social Media To Increase Children Book Sales. *Journal The WINNERS*, 17(2), 155-163. DOI: <https://doi.org/10.21512/tw.v17i2.1975>
- Widodo, Y., & Oktaviani, I. D. (2018). Marketing Communication Strategy Using Instagram to Increase The Selling Achievement. *Advances in Engineering Research*, 175, 65-67. DOI:10.2991/icase-18.2018.17
- Yuliasuti, B. (2023). *Proses Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Eboni Watch dengan Analisis SOSTAC pada Masa Pandemi Covid-19.* S1 thesis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.