

### Daftar Pustaka

- A'yunin Qurrota, N.A. (2018) 'Promosi Perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Melalui Media Sosial', *Libria*, 1(1), pp. 48–63.
- Arikunto, S. (2013) *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bram, Y.F. (2005) 'Analisis Efektifitas Iklan Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan dan Penerbitan PT Rambang dengan Metode Epic model.', *Manajemen & Bisnis Sriwijaya*, 3(6).
- Haq, N. (2012) 'Perpustakaan Dalam Pandangan Al-Qur'an (Analisis Konseptual Terhadap Eksistensi Perpustakaan Dalam Masyarakat Islam)', 10(9), p. 32.
- Hariyah, H. and Triyanto, A. (2018) 'Media Sosial Alat Promosi Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI', *Media Pustakawan*, 25(2), pp. 29–38. Available at: <https://ejournal.perpusnas.go.id/mp/article/view/275>.
- Islam, M.T. (2019) 'The Impact of Social Media on Muslim Society: From Islamic Perspective', *International Journal of Social And Humanities Sciences*, 3(3), pp. 95–114. Available at: <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijshs/661414>.
- Kaur, G. (2016) 'Asian Journal of Multidisciplinary Studies', *Social Media Marketing*, 4, pp. 34–36.
- Kriyantono, R. (2009) *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Perdana Media Group.
- Mafulla, D. and Kholik, A. (2021) 'Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto', *El-idaarah (jurnal manajemen)*, 1 no 2, pp. 1–8.
- Maretno, S. and Marlina, M. (2021) 'Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Perpustakaan', *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 5(1), pp. 58–71. Available at: <https://doi.org/10.30631/baitululum.v5i1.98>.

- Mokhtar, A. and Bahari, C.A. (2021) 'Social media and Islamic ethics: An insight to instagram use by Muslim university students in Malaysia', *Intellectual Discourse*, 29(1), pp. 175–206.
- Mulawarman, M. and Nurfitri, A.D. (2017) 'Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan', *Buletin Psikologi*, 25(1), pp. 36–44. Available at: <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>.
- Mustofa, M. (2017) 'PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI MEDIA SOSIAL : Best Practice', *Publication Library and Information Science*, 1(2), p. 21. Available at: <https://doi.org/10.24269/pls.v1i2.691>.
- Nedra, B.A., Hadhri, W. and Mezrani, M. (2019) 'Determinants of customers' intentions to use hedonic networks: The case of Instagram', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, pp. 21–32. Available at: <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2018.09.001>.
- Nuryadi *et al.* (2017) *Dasar-dasar Statistik Penelitian*. 1st edn. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Parta, I. (2022) *Pengertian Media Sosial, Karakteristik, Fungsi, Jenis dan Dampaknya*. Available at: <https://pendidikan.co.id/pengertian-media-sosial-karakteristik-fungsi-jenis-dan-dampaknya/>.
- Radjab, E. and Jam'an, A. (2017) *Metode Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahmadi (2011) *Pengantar Metodologi Penelitian*, Antasari Press.
- Rangkuti, F. (2009) *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*.
- Riduwan (2013) *Skala Pengukuran Variabel- variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan and Akdon (2010) *Rumus dan data dalam analisis data statistika*.

Bandung: Alfabeta.

Sekaran, Uma and Bougie, R. (2013) *Research Methods for Business*. 6th edn.

Sheldon, P. and Bryant, K. (2016) 'Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age', *Computers in Human Behavior*, 58, pp. 89–97. Available at: <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2015.12.059>.

Southern (2018) *Instagram Has 1 Billion Monthly Users, Now the Fastest Growing Social Network*. Available at: <https://www.searchenginejournal.com/instagram-1-billion-monthly-users-now-fastest-growing-social-network/258127> (Accessed: 21 April 2022).

Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Supriyatno, H. (2019) 'Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel', *Indonesian Journal of Academic Librarianship*, 3(3), pp. 33–45. Available at: <https://techno.okezone.com>.

Suryaningsih, I.B. and Widi Nugraha, K.S. (2019) 'Epic Model: Efektivitas Iklan Destinasi Wisata Kabupaten Banyuwangi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Domestik', *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), pp. 8–16. Available at: <https://doi.org/10.33369/insight.13.2.8-16>.

Ting, H. *et al.* (2015) 'Beliefs about the use of Instagram: An exploratory study', *International Journal of business and innovation*, 2(2), pp. 15–31.