

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Irma (2017:1), “Peran Instagram Sebagai Median Komunikasi Pemasaran Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Bisnis Online Beautyhomeshop)”. *Jurnal online kinesik* Vol. 4 No.2 (2017)
- Andi Dwi Riyanto (2015:28), “Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya”. ISSN : 1979-2328
- Deru R Indika & Cindy Jovita (2017), “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen” Vol 01, No 1, ISSN 2580-4928.
- Dewi Kurniawati dan Nugraha Arifin (2015:193), “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa”. *Jurnal simbolika*/volume 2/September 2015.
- Ita Suryani (2014:1097), “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Study Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat”. *Jurnal Komunikasi* ISSN 1907, Vol 8 no 2, April 2014.
- Kotsenas, Amy L. et al. 2018. *The Strategic Imperative for the Use of Social Media in Health Care*. National Library of Medicine. National Center for Biotechnology Information. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov>
- Kumar, B., Asheq, A.A., Rahaman, M., Karim, M.M., 2019. Determinants of Social Media Marketing Adoption among Smes: A Conceptual Framework. *Acad. Mark. Stud. J.*
- Kurniasih, N. 2013. ‘Penggunaan Media Sosial bagi Humas di Lembaga Pemerintah’, *Forum Kehumasan Kota Tangerang*, (September), pp. 1–22. doi:10.13140/RG.2.2.15820.41609.
- Kusumawardani, D.A. and Werdani, K.E. 2019. ‘Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Program Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah Dr. Moewardi Surakarta’, in *Seminar Nasional Kesehatan Masyarakat UMS. Surakarta*, pp. 1–9. doi:10.1007/1-4020-0613-6_9105.
- Laksono, A.D. and Hargono, R. 2014. ‘Efektivitas Media Sosial untuk Promosi Kesehatan’, in *Pro-Kontra Diskursus Rokok dalam Media Sosial Youtube*. Yogyakarta: Kanisius.

- Leonita, Emy. 2018. Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur. *Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi*. ISSN: 1411 – 3411 (p) ISSN: 2549 – 9815 (e) DOI :10.24036/invotek.v18i2.261. invotek.ppj.unp.ac.id Majelis Ulama Indonesia. Fatwa
- Lubiana Mileva & Achmad Fauzi DH (2018), “Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 58 No 1.
- Majelis Ulama Indonesia No. 24 Tahun 2017. Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Bermedia Sosial.
- Masyitoh, et al. 2021. Efektifitas Media Sosial Facebook dan Instagram Sebagai Media Promosi Rumah Sakit. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*. Vol, 9, No, 3. <https://ejournal.undip.ac.id>
- Mitra Keluarga KaryaSehat. 2021. Laporan Keuangan Kuartal 2 2021 PT Mitra Keluarga KaryaSehat. Jakarta.
- Nasrullah, Rulli dan Nurbaya, Siti. 2016. *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Novita Eka Sari (2014:81-102), “Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI FINANCE Jambi” Vol 16 No 2, ISSN:0852:8349.
- Noor, J., 2017. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah (VII)*. Kencana.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Ilmu kesehatan masyarakat prinsip – prinsip dasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Klasifikasi Dan Perizinan Rumah Sakit
- Putri, K.R. and Rahmanto, A.N. 2019. ‘Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra RSUD Dr. Moewardi’, Universitas Sebelas Maret Surakarta [Preprint].
- Penda Sudarto Hasugian (2018:2541-3732), “Perencanaan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi” *Journal Of Informatic Pelita Nusantara* Vol 3 No 1 Maret 2018.

- Richter, J.P. and Kazley, A.S. 2020. 'Social media: How hospital Facebook activity may influence patient satisfaction', *Health Marketing Quarterly*, 37(1), pp. 1–9. doi:10.1080/07359683.2020.1713573.
- Rikomah, Setya Enti. 2017. *Farmasi Rumah Sakit*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rinwanto, et al. 2021. Etika Komunikasi dalam Media Sosial Sesuai Tuntutan AlQur an. *JCS: Journal of Communication Studies* Vol. 1 No. 01. <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id> RSJ Daerah Surakarta.
- Rahman Abd Rasyid, Silcyjeova Moniharapon & Irvan Trang (2018), "Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan dan WordOf Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado" *Jurnal Emba* Vol 6 No 4 September 2018, Hal.3933 - 3942
- Siti Maryama (2013:73-79), "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan daya Daya Saing Usaha". Vol 2 No 1, Januari-Juni 2013.63
- Sofia Miranda (2017:1), "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik Universitas Riau" *JOM FISIP* vol.4 No 4 – Februari 2017.
- Tommy Suryanto (2018), "Penerapan E-Marketplace pada Distro Silver Squad"
- Widya Sastika (2017:69), "Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus: Pelanggan Shoppe Dikota Bandung 2017)". *IKRAITH-HUMAN*, VOL,2, NO 2, JULI 2018
- Yusrini, Suprto, Retno Indah, Rokhmawati (2018:5682), "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce (Studi Kasus Shoppe)". E-ISSN:2548-964X