

DAFTAR PUSTAKA

- Neta Sukma, “Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Tinder Dalam Mencari Teman Kencan Online Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya”, Skripsi (Surakarta : Universitas Sriwijaya, 2021).
- Shintaloka Pradita Sicca, "Hati-hati, Tinder Jadi Lahan Bagi Predator Seksual”, <https://amp.kompas.com/global/read/2020/10/13/150259970/hati-hati-tinder-jadi-lahan-bagi-predator-seksual>, diakses 15 April 2022.
- Miftah, “Dugaan Praktik Prostitusi Online di Aplikasi Tinder, Perempuan yang Menjajakan Diri Beri Kode Khusus”, <https://www.tribunnews.com/regional/2020/10/27/dugaan-praktik-prostitusi-online-di-aplikasi-tinder-perempuan-yang-menjajakan-diri-beri-kode-khusus>, diakses 28 Juni 2022.
- Cervia Ferdiana, Eko Harry Susanto, Sisca Aulia, “Penggunaan Media Sosial Tinder dan Fenomena Pergaulan Bebas di Indonesia”, Jurnal Ilmu Komunikasi, (2020), Vol 4 No 1:113.
- Kama Sutra, “Cerita Pengalaman Hook Up Para Netizen dengan Match Tinder”, <https://m.kumparan.com/amp/kama-sutra/cerita-pengalaman-hook-up-para-netizen-twitter-dengan-match-tinder-1t6jwKLXv1A>, diakses 11 Juni 2022.
- Ardian Adi Nugroho, “Gay Dalam Penggunaan Media Sosial Tinder Untuk Menjalin Hubungan Romantis di Kota Surakarta”, Skripsi (Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021).

Anziela Paramitha, Steven Tanuwijaya, Sulistyowati Natakoesoemah, “Analisis Motif dan Dampak Penggunaan Tinder Berbayar”, *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, (2021), Vol 5 No 2:188.

Mila Auliyanti, Dr Tamsil Muis, “Pengembangan Aplikasi Bimbingan Pranikah Berbasis Dekstop Pada Mahasiswa Teknologi Pendidikan”, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Hlm 3.

Setia Furqon Kholid, “Setia Furqon Kholid Motivator, Penulis, Traveler, Pemilik Setiacorp, Founder @kelasjodohsfk”, <https://setiafurqon.com/>, diakses 12 Juni 2022.

Setia Furqon Kholid, “Penerapan E-learning Kelas Jodoh Sebagai Alternatif Pendidikan Pranikah”, *Indonesian Journal Of Adult and Community Aducation*, (2019), Vol. 1 No. 2:40.

Aris Tristanto, “Perceraian Di Masa Pndemi COVID-19 Dalam Perspektif Ilmu Sosial”, *E-Journal Kemensos*,(2020), Vol. 6 No. 3:292.

Galuh Putri Riyanto, “Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Instagram Capai 2 Miliar?”, <https://tekno.kompas.com/read/2021/12/15/12030047/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-instagram- capai-2-miliar->, diakses 10 Februari 2022.

<https://www.affde.com/id/instagram-stats.html>, diakses 25 Maret 2022.

Monavia Ayu Rizaty, “Pengguna Instagram di Indonesia Bertambah 3,9 Juta pada Kuartal IV- 2021”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia- bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>, diakses 12 Februari 2022.

Ratna Patria, “5 Fitur Instagram Terbaru Untuk Bisnis Online”,
<https://www.domainsia.com/tips/5-fitur-instagram-terbaru-untuk-bisnis/>,
diakses 7 Juni 2021.

Puji Rismayanti, “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi Pada Akun Instagram @kedai_digital)”, Skripsi (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).

<https://about.instagram.com/about-us>, diakses 12 November 2020.

<https://about.instagram.com/features>, diakses 12 November 2020.

Anton Wibisono, “Memahami Metode Penelitian Kualitatif”,
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode-Penelitian-Kualitatif.html>, diakses 13 Juli 2022.

Hasan, “*Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*”, (Bogor: Ghalia Indonesia). 2002, 82.

Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta), 2018, 233-241.

P.R. Smith, *Great Answers to Tough Marketing Questions Jawaban Jitu Untuk Berbagai Pertanyaan Pemasaran yang Sulit*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal 42.

Yevis Marty Oesman, “*SUKSES MENGELOLA MARKETING MIX, CMR, CUSTOMER VALUE, DAN CUSTOMER DEPENDENCY (Kasus pada pemasaran Shopping Center)*”, (Bandung: Alfabeta, 2010) hal 24.

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hal.192.

Agung hadi wibowo, “*Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Pada PT. Karya Satria Semarang*”, Skripsi (Semarang : Universitas Semarang, 2021).

P.R. Smith, *Great Answers to Tough Marketing Questions Jawaban Jitu Untuk Berbagai Pertanyaan Pemasaran yang Sulit*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal 40.

Rambat Lupyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Salemba: Jakarta, 2008) hal. 76.

Website Kelas Jodoh, “*Tanya kami, apa Itu Kelas Jodoh?*”, <https://www.kelasjodohapp.com/tanya-kami>, diakses 31 Januari 2020.

Wawancara dengan Nur Holifah, manajer Aplikasi Kelas Jodoh, 16 September 2022.

Rambat Lupyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Salemba: Jakarta, 2008) h. 75.

Setia Furqon Kholid, “PENERAPAN E-LEARNING KELASJODOH SEBAGAI ALTERNATIF PENDIDIKAN PRANIKAH”, *Indonesian Journal Of Adult and Community Aducation*, (2019), Vol. 1, No. 2:41-42.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/14/45-penduduk-indonesia-berstatus-belum-kawin-pada-2021>, diakses 5 November 2022.

<https://dataindonesia.id/ragam/detail/makin-banyak-pemuda-indonesia-yang-melajang-pada-2022>, diakses 31 Desember 2022.

Danang Sunyoto, *Teori, Kuisisioner dan Analisi Data : Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 8.

<https://m.liputan6.com/news/read/5073532/angka-perceraian-di-indonesia-terus-naik-lembaga-perkawinan-tidak-lagi-sakral>, diakses 31 Desember 2022.

<https://www.idntimes.com/science/experiment/amp/bayu/faktor-penyebab-perceraian?page=all#page-2>, diakses 31 Desember 2022.

<https://lifestyle.sindonews.com/read/683391/156/3-kota-di-indonesia-dengan-jumlah-pelajar-hamil-di-luar-nikah-terbanyak-nomor-2-capai-ribuan-1644573776#:~:text=Data%20terakhir%20pada%20akhir%202021,ini%20disebabkan%20oleh%20beberapa%20faktor>. Diakses 1 Januari 2023.

<https://mediaindonesia.com/humaniora/472160/menteri-banyak-pelajar-hamil-di-luar-nikah-gara-gara-pandemi>, diakses 1 Januari 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>, diakses 18 Januari 2023.

<https://dataindonesia.id/Digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>, diakses 20 desember 2022.

<https://www.websiterating.com/id/research/instagram-statistics/#chapter-3>, diakses 22 Januari 2023.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190719145430-185-413674/instagram-bisa-hapus-akun-yang-berulangkali-langgar-aturan>, diakses 20 desember 2022.

Putro Delvi Yanti, *“ANALISIS PENERAPAN MARKETING MIX UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN SOUVENIR ACEH”*, Skripsi (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020).

Kotler & Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, alih bahasa : Bob Sabran, M.M, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2008), hlm. 116.

<https://dataindonesia.id/digital/detail/deretan-media-sosial-paling-efektif-untuk-berbisnis-apa-saja>, diakses 23 Januari 2023.

<https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey-2015/>,
diakses 14 Februari 2023.