

DAFTAR PUSTAKA

- Amar. (2023). *Digital marketing sebagai strategi pemasaran produksi Skincare di Kabupaten Luwu*. <https://doi.org/10.55542/jppmi.v2i4.736>
- Assauri. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo.
- Fred, R. D. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12. Salemba Empat.
- Enterprise, J. (2013). *100 Aplikasi Android Paling Dahsyat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Goldberg, L. (1996). *Pembatasan Elektronik: Akses yang Adil terhadap Masa Depan*. Getty Center for the History of Art and the Humanities dan Getty Art History Information Program, Ruang Siber/Ruang Publik: Peran Seni dan Budaya dalam Mendefinisikan Ruang Publik Virtual
- Ilmi, Makhalul. (2002). *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Jauch, L. R., & Glueck, W. F. (2000). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Erlangga.
- Jogiyanto, H. M. 2019. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga. Kasiram
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi. Kedua belas. Jakarta: PT. Indeks
- Kurtz. (2008). *Principles Of Contemporary Marketing. International Student Ed. Thomson Higher Education: Manson*.
- Marbun, Septyan Anggraini. (2022). *Strategi digital marketing Pt. Paragon technology and innovation cabang Kota Pekanbaru dalam memasarkan produk brand Wardah Beauty melalui Instagram*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Musnaini et al. (2020). *Digital Marketing, Cetakan Pertama*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada Redaksi
- Nasadini, Yazer. (2012). Digital Marketing Strategies that Millennials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying. *Journal of Strategic Marketing*. Vol. 19, No.6, pp 489-499
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Oemar, Hamalik. (1992). *Psikologi Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algesindo

- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.
- Sagita & Wijaya. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(3), 24-31.
- Taprial, Varinder & Kanwar, Priya (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing. ISBN [978-87- 7681-992-7]
- Theresa, J., & Paramita, S. (2023). Pemasaran Digital Pada Media Sosial Akun Instagram Somethinc. *Kiwari*, 2(4), 613–619.
<https://doi.org/10.24912/ki.v2i4.27246>
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran, Edisi Terbaru*. Andi Offest.
- Usmara, U. (2008). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. yogyakarta: Amara Book.
- Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @right.store Melalui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Representamen*, 8(1), 73–83.
- Wiarto, G. (2016). *Media Pembelajaran Dalam Pendidikan Jasmani*. Yogyakarta: Laksitas.
- <https://eskripsi.usm.ac.id>, diakses pada tanggal 24 April 2024
- <https://www.instagram.com>, diakses pada tanggal 6 Juli 2024
- <https://www.alodokter.com>, diakses pada tanggal 6 Juli 2024
- <https://www.esaunggul.ac.id>, diakses pada tanggal 6 Juli 2024
- <https://repository.uin-suska.ac.id>, diakses pada tanggal 5 Juli 2024