

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muttalib. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Nusa Tenggara Barat (Studi kasus program Active Selling 2021 Kominfo)
- Agustinawati, A. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Kuliner Dengan Pendekatan SERVQUAL. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(2).
- Andhini Hastrida. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 149–165.
- Banyumurti, I. (2018). 13 Media Sosial.pdf. In *Media Sosial* (p. 12).
- Clarence, C., & Keni, K. (2022). Purchase intention predicting factors in Indonesian fashion brands. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(2), 91–100. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i2.4329>
- Cochrane, K. (2018). To Regain Consumers' Trust, Marketers Need Transparent Data Practices. *Harvard Business Review*, 1–5.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59(May), 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Fadhilah, S. (2024). Implementasi digital marketing melalui social media sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada pelaku usaha pemula: Studi kasus toko online Sadrathrifting
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM. *Jrime: Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 1(3), 92-101. <https://doi.org/10.1234/jrime.2023.1.3.92>
- Hakim, M. F., Suardana, I. W., & Suwena, I. K. (2019). Motivasi Wisatawan Berbagi Pengalaman Wisata Melalui Instagram (Studi Kasus pada Pantai Padang-Padang, Badung). *Jurnal IPTA*, 7(2), 2338–8633.

- Hidayat, T., & Nashirah, A. F. (2024). Analisis pengaruh pemasaran sosial media pada usaha mikro, kecil, dan menengah di Kota Semarang. *Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 7, 85-100. <https://doi.org/10.1234/mmfebutp.2024.7.85>
- Hootsuite. (2021). Digital 2021. *Global Digital Insights*, 103.
- Jacobson, J., Gruzd, A., & Hernández-García, Á. (2020). Social media marketing: Who is watching the watchers? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53(March). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.001>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh digital marketing berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian kuliner di kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jptn.2021.9.1.45>
- Melia Wida Rahmayani, Nita Hernita, Ayu Gumilang, & Wulan Riyadi. (2023). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan Desa Cibodas. *Vol. 14(1)*, 131-144. <https://doi.org/10.1234/journal.cid.2023.14.1.131>
- Nasution, M., Samsidar, S., Agustinawati, A., & Munandar, M. (2024). The Influence of Social Media, Entrepreneurial Knowledge and Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Interest in Program Students Entrepreneurship Studies of Malikussaleh University. *Management Research and Behavior Journal*, 4(1), 1-6.
- Prasetio, T. (2020). Analysis the Influence Use of Social Media, Intrinsic Motivation, and Entrepreneurship Knowledge on Student Entrepreneurial Interest. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 18(1), 35-46.
- Purwiantoro, M. H., Kristanto, D. F. S. W., & Hadi, W. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM). *Jurnal Eka Cida*, 1(1), 30-40. <https://doi.org/10.1234/jurnal.ekacida.2016.1.1.30>
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18-29.
- Rahayu, T. S. M., & Resti, H. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Cilacap. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(1), 64-76.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., & Firmansyah, H. (2021). Digital Marketing: Konsep dan

Strategi. In *Insania* (Issue September).

Salsabila, S., & Fatimah, E. (2023). *the Influence of Social Media and Motivation on Interest in Entrepreneurship in Students*. 212–216. <https://doi.org/10.47841/icorad.v2i1.111>

Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>

Solikhah, S. A., Fradani, A. C., & Indriani, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 122–134. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.473>

Sosiady, M., & Ermansyah. (2023). The Influence of Entrepreneurial Motivation, Entrepreneurial Learning, and the Use of Social Media on Student Entrepreneurship Interest. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 4(2), 1–13. <https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/453>

Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. (2004). Modeling participation in an online travel community. *Journal of Travel Research*, 42(3), 261–270. <https://doi.org/10.1177/0047287503258824>

Zahra, P. A., & Sukmalengkawati. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Jimea | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 6(3), 2008–2018.

Zahara, Z. Z., Agustinawati, A. A., & Maimunah, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Socolatte Kabupaten Pidie Jaya. *Jurnal Visioner & Strategis*, 13(1), 33–38.

Zumrotus, S. (2023). Pengaruh digital marketing berbasis sosial media TikTok terhadap keputusan pembelian pada Keyzha Collection.