

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, & Irfani. (2022). Analisis Pemanfaatan Digital Marketing terhadap Penjualan Produk UMKM di Kabupaten Wajo. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 226–232. http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/7574%0Ahttp://digilib.uinkhas.ac.id/7574/1/LUBABAH_ADDIINI_FITROHWATI.pdf
- Ambar, L. (2013). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., Juliardi A. R., N. R., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 42–50. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.22>
- Andi Gunawan.(2019) *The Book of Digital Marketing (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019), 11 - 12.* 17. 11–12.
- Jannah, Masriadi, Satria, F. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Grosirshop_Stuff dalam Promosi Penjualan. *Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 1(4), 379–386. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8422512>
- Lailatul Mutmainah. (2023). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Cv. Pratama Desa Kalibaru Manis Kabupaten Banyuwangi Skripsi.* http://digilib.uinkhas.ac.id/25352/1/BAHRULLAH_S20165021.pdf
- Lubis, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan konsumen memilih jasa pengiriman. *Management and Business Review*, 5(1), 29–39. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i1.5316>
- Luh Putu Arini. (2023). *Jurusan pariwisata politeknik negeri bali.* 701981(0361), 2–3.
- Michella Wijaya, S., Kevin, N., & Ruslim, H. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Untuk Mendukung Pertumbuhan Umkm Di Indonesia (Studi Kasus Pada Nel Crispy). *Jurnal Serina Ekonomi Dan Bisnis*, 01(02), 242–255. <https://doi.org/10.24912/jseb.27044>
- Muhammad, R. N., S, L. W., & Tanggahma, B. (2024). *Pengaruh Media Sosial Pada Persepsi Publik Terhadap Sistem Peradilan : Analisis Sentimen di Twitter.* 7(1), 507–516.
- Purwantinah, A., & Kartiningsih, N. B. (2023). *DASAR-DASAR PEMASARAN.*
- Rangkuti, F. (2018). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated*

Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Saiful, A. (2024). *Sosialisasi Strategi Marketing Online (Efektifitas Materi) di Kelurahan Tomba*. 2(3), 116–126.

Sugiyanti, L., Arwani, A., Dewi, R. S., & Fadhillah, M. D. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Pemasangan Iklan Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 2(1), 215–225.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Syifa Maulana Muhaimin. (2022). Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness@ Iflix. Id. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 01(03), 42.