

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Clyne, G. (2019). *Social Media Marketing Mastery*. New York: Amazon Publishing.

John W Creswell, *Educational Research, Planning, Conducting, and Evaluating Qualitative and Quantitative Approaches*, London: SagePublicitions, 2008.

Kotler & Keller. (2019). *Marketing Management* (14 ed.). New Jersey: prentice Hall.

Rangkuti, (2009) *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communications*, Jakarta: PT. Gramedia PustakaUtama.

Sugiyono. (2019). *Metode Peneitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi

JURNAL :

Andriana, Ana Noor, et al. "Pelatihan Strategi Social Media Marketing Menggunakan Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6.2 (2022): 1477-1485.

<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/7336>

Almubaroq, M. N. K., & Mufreni, S. L. (2021). Penerapan Strategi Digital Marketing untuk Peningkatan Promosi di Instagram pada UMKM (Studi Kasus CV. Satoeasa untuk Indonesia). In *Prosiding Seminar Nasional Informatika Bela Negara* (Vol. 2, pp. 214-218).

<https://santika.upnjatim.ac.id/submissions/index.php/santika/article/view/129>

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017) *Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 201*. [Online].

<https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>

- Ali, (2021). Implementasi Strategi promosi Digital Marketing dan penggunaan E-menu Pada Warung Indah Lanang Banyuwangi. In ConCEPT-Conference on Community Engagement Project (Vol. 1, No. 1, pp. 2490-2497).
<https://journal.uib.ac.id/index.php/concept/article/view/4944>
- Edyansyah, E. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Merek Oleh Konsumen Pada Produk Kosmetik Oriflame Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*. Vol.9 (Januari) 2018: 55-72. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh Aceh Utara.
<https://jurnal.usk.ac.id/JInoMan/article/view/12699>
- Gumilar, G. (2016). Pemanfaatan instagram sebagai sarana promosi oleh pengelola industri kreatif fashion di kota Bandung. *JIPSI-Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM*, 5(2).
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jipsi/article/view/228>
- Gojali, T. Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018 Politeknik TMKM Karawang. *Media Mahardika Vol.17, No.2, (januari)2019: 372-382*. Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri Karawang.
<https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mahardika/article/view/89>
- Handika, Made Resta, and Gede Sri Darma. "Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer melalui media sosial instagram." *Jurnal Manajemen Bisnis* 15.2 (2018): 192-203.
<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magistermanajemen/article/view/601>
- Herman, Lalu Edy, and Handry Sudiarta Athar. "Pengembangan Model Social Media Marketing dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual." *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung* 5.2 (2018).
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika/article/view/4688>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
<https://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/296>

- Latief, F. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Catering Rumahan di Makassar Melalui Promosi di Instagram, Harga dan Ragam Menu. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1095-1105
<https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/724>
- Neti, S. (2020). *Social Media and Its Role in Marketing*. International Journal of Enterprise Computing and Business Systems. Vol. 1, Issue 2, ISSN (Online): 2230-8849.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
<https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/impact/article/view/844>
- Mahardhika, Wayan Budi, and Ni Nyoman Sunariani. "Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram." *Jurnal Manajemen Bisnis* 16.1 (2019): 13-27.
<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magistermanajemen/article/view/2015>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/view/45>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Rachmawati, (2018) "Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya," Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabayam.
- Ri'aeni, I. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Produk Kuliner Tradisional. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 1(2), 141-149.
<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/443>
- Sofyan, Y. (2018). Analisis Bauran Promosi Pada PT. Anugrah Parahyangan Jaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akutansi*. Vol.2, No.2

(Januari)2018. ISSN:2621,5360. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Bandung.

<https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/22>

Sumitro, et al. 2019. Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Kondominium Di Kawasan Kota Surabaya. *Jurnal Manajalah Ekonomi*. Vol.XXIV, No.1(Juli)2019. ISSN:1411-9501. Universitas Merdeka Surabaya.

https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah_ekonomi/article/view/1901

Sudirman, S., & Hastuti, S. W. M. (2021). Strategi Promosi Berbasis Digital Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Di Lembaga Pendidikan LP3I Kota Kediri. *Otonomi*, 21(2), 181-188.

<https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/otonomi/article/view/2033>

Untari, Dewi, and Dewi Endah Fajariana. "Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik)." *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 2.2 (2018): 271-278.

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387>

Y. Juliaty Nababan (2020) "Perancangan Pemasaran *Digital* UKM Buah-buahan Lokal Asal Medan Batam" Skripsi, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang.

<https://soj.umrah.ac.id/index.php/SOJFE/article/view/521>