

DAFTAR PUSTAKA

- Abdatillah, A., & Hamida, U. D. (2022). Peran Promosi Online Shop Instagram dalam Menarik Minat Beli Produk Skincare di KDKoreamask Kediri. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(2), 84–95. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/istithmar/article/view/315>
- Adiba, F., Nahdiana, & Budi Rahayu, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop Brand Mabello Melona Dalam Menarik Minat Konsumen Di Makassar. *Journal of Communication Sciences*, 4(1), 45–51. <https://journal-uim-makassar.ac.id/index.php/JCoS/article/view/340>
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amalia, D., Angelica, J., & Agestin, P. (2024). Strategi Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Periklanan Produk Erigo Di Media Sosial Instagram. 6(2), 216–223. <https://jurnal.usi.ac.id/index.php/JEUSI/article/view/57>
- Arlinda, S., & Hendro, J. (2024). Penerapan Digital Marketing Dalam Menarik Minat Beli Produk UMKM Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 184–192. <https://journals.upiyai.ac.id/index.php/IKRAITHEKONOMIKA/article/view/3347>
- Erpurini, W., Kurnia Ramadhan, I., & Indahsari, S. (2023). Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 95–107. <https://journal.literasisains.id/index.php/sosmaniora/article/view/1761>
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Fawwaz, F., Purwanti, S., & Althalets, F. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa Samarinda Melalui Media Instagram Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1407–1421. <https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jimik/article/view/347>
- Hafdoh, K., Samari, & Sardanto, R. (2024). Implementasi Strategi Digital Marketing Pada Instagram Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Ecoprint Griya Batik Sri Rahayu. 3, 544–553. <https://journal.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4835>
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi,D., & I. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*.

Hasniaty, Harto, B., Istiono, W., Munawar, Z., Waworuntu, A., Hapsari, M., Pasaribu, J. S., Ma'sum, H., Gustini, L. K., Rengganawati, H., Anggoro, D., Rukmana, A. Y., & Permana, A. A. (2022). *Social Media Marketing. In Media* (Vol. 58, Issue 10). PT Global Eksekutif Teknologi.

Kotler & Keller, (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. PT Indeks.

_____, (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran Edisi Keenam*. Andi.

Muhammad Fadillah, Aulia Nurbalqis, & Lia Agustina. (2022). Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang. *Al Yazidiy Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 01–11.

<https://ejurnalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/AY/article/view/29>

Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.

Raflina, R., Luhgiatno, Sani, I., Zulkarnain, I., Sembiring, R. S., Samukroni, M. A., Maryeni, S., Kasim, H., Supiyah, Solichatin, S., Lustono, Imron, A., Nasrullah, A., Abdurhohim, & Adha, S. (2024). *Perilaku Konsumen. In CV.Eureka Media Aksara*. Eureka Media Aksara.

Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT Analysis*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, ri E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Insania.

Sholikah, Mundzir, A., Y, N., Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, S. V., Wiliana, E., Depari, G. S., Ekopriyono, A., Mahmud, Pujiastuti, N. S., & Rahajeng, E. (2021). *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan*. Insania.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

_____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Swastha, B., & Irawan. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategi: Domain, Determinan, Dinamika*. Andi.

Tompunu, D. F., Soegoto, A. S., Palandeng, I. D., Devinent, O. :, Tompunu, F., Soegoto, A. S., Palandeng, I. D., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Manajemen, J.

(2023). Strategi Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Konsumen Pada Stray Store Manado. *Jurnal EMBA*, 11(4), 686–694. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/51730>

Udayana, P. S. N. (2024). Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Menggunakan Media Sosial Instagram: Tinjauan Literatur. *INSPIRE : Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 2(1), 20–30. <https://ojs-inspire.pib.ac.id/index.php/inspire/article/view/46>

Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0*. Eureka Media Aksara.

Wardhanie, A. P. (2019). *Marketing*. Graha Ilmu.

We Are Social. (2024). Laporan khusus tahun 2024 Panduan utama Anda menuju dunia digital yang terus berkembang. *We Are Social*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>

Zainarti, Pratama, A. cyntia, Rayadi, A. rahmad, & Makrim, N. (2024). Strategi Pemasaran Toko Kosmetik Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Di Daerah Tuasan Kota Medan Sumatra Utara (Studi Kasus : Toko Lolipop). *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 424–437. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jrme/article/view/1722>