

DAFTAR PUSTAKA

- Bagas Ilham Lucyantoro, & Moch. Rizaldy Rachmansyah. (2018). PENERAPAN STRATEGI DIGITAL *MARKETING*, TEORI ANTRIAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 5(1).
- Eunike Viedy Virginia Lombok, & Reitty L. Samad. (2022). THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST AND DIGITAL *MARKETING* ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON EMINA PRODUCTS (CASE STUDY AT SAM RATU-LANGI UNIVERSITY STUDENTS). *Jurnal EMBA*, 10(3), 953–964.
- Fauziyah, A. N., Dewi, A. M., Rahman, N. A., Mukhlis Mubarrok, M. R., & Kamal Putra, R. R. (2021). Dampak Pandemi Terhadap Komunikasi Pemasaran Penjual Online Shop di Media Sosial Instagram. *GANDIWA Jurnal Komunikasi*, 1(2), 41–48.
<https://doi.org/10.30998/g.v1i2.880>
- Hanis Noviyanti, Dewi Puspita Sari, & Ainiyatuz Zakhroh. (2022). Pengaruh Iklan dan Brand Image MS. Glow Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *Marketing management*.
- Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaean, J. (2020). Pemasaran Digital. *Yayasan Kita Menulis*.
- Nirma Darmayantie. (2018). Analisis Content *Marketing* Pada PT Cloud Hosting Indonesia (Studi Kasus Media Instagram @idcloudhost). *Marketing*.
- Philip Hananiel. (2018). *PERANCANGAN DESTINASI BRANDING DESA TLOGOWERU SEBAGAI DESA WISATA EDUKASI*.
- Sari, E. R. L., & Pravitasari, D. (2022). Pengaruh Persepsi E-Commerce, Modal Usaha, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keputusan Berwirausaha di Pandemi Covid-19. *Owner*, 6(3), 2833–2844. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.868>
- Sari, N. M. M., Ardani, W., & Widani, N. M. (2022). Analisis Kelayakan Pengembangan Bisnis Waralaba Produk Olahan Pangan Dimsum pada UMKM Gerobak Dimsum Bali. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(1), 38–45.
<https://doi.org/10.54371/jms.v1i1.161>
- Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. (2019). Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. *Journal of Civic Education*, 2(4), 313–323.
<https://doi.org/10.24036/jce.v2i4.135>
- Tjiptono, Fandy, & Anastasia Diana. (2020). Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Pemasaran*, 1(4).
- Widyastuti, Sri Said, Muhammad siswono, Safitri Firmansyah, & Dian Andi. (2019). Customer trust through green corporate image, green *marketing* strategy, and social responsibility : a case study. *European Research Studies Journal*, 22(2), 83–99.

Yohana Asmaradewi. (2019). *PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG PADA CAFE MAS BRO.*

(Sumber : <https://blog.boxme.asia/shopee-9-9-promo-jackie-chan-brand-ambassador/>)

(Sumber : <https://twitter.com/tokopedia/status/1353710021817856010>)

(Sumber : <https://www.merdeka.com/gaya/lazada-hadirkan-lee-min-ho-sebagai-regional-brand-ambassador-pertama.html>)

(sumber : <https://www.aitindo.com>)

(sumber : <https://.www.tokopedia.com>)

(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=05YsbbNNMmg>)

(Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=87_bQs-jU_U)