

### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P. D., & Sabrina, T. A. (2021). Analisis Customer Engagement Terhadap Kafe Di Kota Tegal. *Journal of Tourism and Economic*, 4(1), 18-27.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47.
- As' ad, H. A. R., & Alhadid, A. Y. (2014). The impact of social media marketing on brand equity: An empirical study on mobile service providers in Jordan. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3(1), 315.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. A. (2021). Pengaruh social media marketing terhadap brand image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852-862.
- Effendy, M. L., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Kopi Cak Kebo. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(2), 107–116. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i2.24805>
- Fiisabilillah, A. F., Sugiana, D., & Trulline, P. (2023). Strategi komunikasi pemasaran digital melalui akun Instagram @critoe\_. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 184–203. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.45741>
- Firmansyah, Anang. "Komunikasi pemasaran." *Pasuruan: Qiara Media* 3 (2020).
- Grant, R. (2021). Menggunakan Sosial Media Marketing Untuk Memerluas Target Pasar. Hasniaty, Harto, B., Rengganawati, H., & Rukmana, A. Y. (2023). *Social Media Marketing*.
- Hadi, W. R., & Putri, B. P. S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Omme Event Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Awareness Masyarakat Di Era Pandemi. *eProceedings of Management*, 9(4).
- Han, W. P., & SIREGAR, A. R. A. (2019). Analisis Kepuasan Kerja dan Lingkungan Kerja Karyawan di Sekolah EN Mandarin–Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 4(2).

- Herfiza, A., & Firdaus, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Islam Malahayati Dalam Meningkatkan Kunjungan Pasien Di Kota Medan* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Hidayati, R. R., & Marlius, D. (2018). Aktivitas Promosi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Batang Kapas Pesisir Selatan.
- Ikhsani, A. A., & Saputra, D. I. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada Bisnis Pempek Lestari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 17–26.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. (2006). *Marketing Communication*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer
- Kotler dan Keller, 2016. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2016), 272
- Lestari, S. P. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi pada Rumah Sakit Islam Lumajang). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 139-147.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9.
- Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).
- Martiningtiyas, C. R., Hermawan, A., Chaniago, N., Baliartati, B. O., & Lestari, N. (2022). Peran Media Sosial untuk Pemasaran Digital. *Dirkantara Indonesia*, 1(1), 25–30. <https://doi.org/10.55837/di.v1i1.30>
- Maulana, R. A., & Wulandari, A. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Terhadap Tingkat Brand Awareness Pada Omg Event Asia Bandung Tahun 2020. *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 1313–1319.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI SOCIAL COMMERCE USAHA BRO.DO. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 136-149.
- Nurani, D. R. (2021). Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Peningkatan Penjualan Jesse Factory Tulungagung. *Jurnal Benefit*, 8(2), 127–147.
- Pilgrim, J., & Bledsoe, C. (2011). Learning through Facebook: A Potential Tool for Educators. *Delta Kappa Gamma Bulletin*, 78(1).
- Pondaag, T. O., & Soegoto, A. S. (2016). Evaluasi Strategi Promosi dan Penjualan terhadap Keunggulan Bersaing pada PT. Astragraphia, TBK Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2).
- Prisgunanto, I. (2006). Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Putra, I. K. P. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Pada Masa Pandemi Covid-19 di The Kayon Resort. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(2), 395-409.
- Putra, M. P., Lianardo, S., Hutajulu, C. C., & Rizkina, R. (2023). Strategi Pemasaran Event Organizer Dalam Keterbatasan Event Pada Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 11(1).
- Refiani, A. S., & Mustikasari, A. (2020). Analisis pengaruh sosial media marketing melalui instagram terhadap keputusan pembelian studi pada this! By alifah ratu tahun 2020. *EProceedings of Applied Science*, 6(3).
- Rianto, Andi Dwi. 2023. "Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2023", <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>, diakses pada 3 April 2023 pukul 14.02.
- Sarastuti, Dian. Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*/Volume 16, No.01, Mei 2017: 71 – 90

- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 1-14.
- Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram@ subway. indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 068-078.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Syahnani, M., & Widodo, A. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Food Blogger Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Mahasiswa di Kota Bandung. *Bandung: Universitas Telkom*.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wibowo, S. S. A., Handayani, Y., & Lestari, A. R. (2017). Strategi bersaing perusahaan dan kinerja perusahaan. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 143-151.