

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. The Free Press: New York.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2018). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson: Harlow.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). Pearson: Harlow.
- Kleindl, B.A., & Burrow, J.L. (2005). *E-Commerce marketing*. South Western.
- Martin, G. Z. (2017). *The essential social media marketing handbook: A new roadmap for maximizing your brand, influence, and credibility*. Career Press.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising promotion and other aspects of integrated marketing communication* (10th ed.). South Western Cengage learning
- Shwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution*. New York: Crown Business.
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2009). *Creative digital marketing: Teknologi berbiaya murah, inovatif, dan berdaya hasil gemilang*. Elex Media Komputindo.

Jurnal

- Akulshina, S. (2020). Developing and implementing a strategic social media content plan for a local restaurant.
- Ascharisa, M. A. (2018). Digital marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran “waroenk ora umum” dalam meningkatkan jumlah konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147 – 157.
- Auli, S., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2021). Pengaruh diskon dan promo gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(15).

- Fahdillah, Y., Pangestu, M. G., Usmayanti, V., Sabrina, H. L., Lubis, W. I., Saputra, M. H., Utami, F. N., Yossinomita, & Rahayu, N. (2023). Peran media sosial terhadap kinerja bisnis pada UMKM fortechcomputer.id. *JUMANAGE: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 173 – 181.
- Jaya, M. A., Ferdiana, R., & Fauziati, S. (2017). Analisis faktor keberhasilan startup di Yogyakarta. Seminar Nasional Teknologi dan Informatika, 167 – 173.
- Karina, D., Sa'diyah, S. A., Nabilah, H., & Panorama, M. (2022). Pengaruh perusahaan startup terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia selama pandemic COVID-19. *Berjajah Journal*, 2(1), 156 – 166.
- Linda, S. L. A. I. (2010). Social commerce – e-commerce in social media context. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 4(12), 2213 – 2218.
- Mada, Y. P. (2020). Social media marketing, electronic word of mouth dan customer engagement. *Competence: Journal of Management Studies*, 14(1), 80 – 91.
- Nirwana, N. Q. S., & Bidur, S. (2021). Implementasi digital marketing pada UMKM di era revolusi industri 4.0 (Study pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo). *BALANCE: Economic, Business, Management, and Accounting Journal*, 17(1), 29 – 35.
- Nusrami, Wahida, A., & Mammig, R. (2023). Peran media sosial dan e-commerce bagi UMKM dalam meningkatkan volume penjualan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 625 – 637.
- Rafiq, M., & Malik, A. (2018). Impact of social media on purchasing decision of consumerwith special reference to Lahore, Pakistan. *Journal of Social Sciences*, 4(2), 268 – 2733.
- Toor, A., Husnain, M., & Hussain, T. (2017). The impact of social network marketing on consumer purchase intention in Pakistan: Consumer

engagement as a mediator. *Asian Journal of Business and Accounting*, 10(1), 167 – 199.

Website

Campus Quipper. (n.d.). Social media specialist - Tugas, gaji dan jenjang karir.

Campus Quipper. <https://campus.quivver.com/careers/social-media-specialist>

Dreambox. (2022, Oktober 6). *Pentingnya branding campaign untuk bisnis*.

Dreambox. <https://www.dreambox.id/blog/branding-strategi/pentingnya-branding-campaign-untuk-bisnis/#apa-itu-branding-campaign>

Fajar. (2019, Desember 13). Penerapan industri 4.0 mampu kerek daya saing sector IKM. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur. <https://disperindag.jatimprov.go.id/post/detail?content=penerapan-industri-4-0-mampu-kerek-daya-saing-sektor-ikm>

Komisi XI. (2023, Desember 7). Puteri komarudin ajak pelaku UMKM masuk ke ekosistem digital. Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/47983/t/>

Tambunan, C. R. (2023, Juni 27). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. Kementerian Keuangan RI Direktorat Jenderal Perbendaharaan. <https://djpbc.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>

We Are Social. (2024, Maret 24). *Digital 2023 Indonesia*. We Are Social USA. <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Indonesia.pdf>

Yonatan, A. Z. (2024, Februari 11). *10 media sosial dengan pengguna terbanyak 2024*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/10-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-2024-CaJT1>