

DAFTAR PUSTAKA

- Agil, H., Ahmad, A. L., & Azlan, A. A. (2021). Sikap Pengguna Milenial Melalui Perspektif Budaya Terhadap Pengiklanan Media Sosial. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(11). <https://doi.org/10.47405/mjssh.v6i11.1157>
- Alimin, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F. (2022). Manajemen Pemasaran Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern. Jakarta: Seval Literindo Kreasi. ISBN: 9786239931124, 6239931128
- Ansari, N. F., Samad A., A., & Yusmanizar. (2022). Pengaruh Elemen Visual dan Jenis Konten Pada Instagram @Tapada_Id Dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Minat Beli di CV. Tapada Berkah Bersama. *Journals of Social, Science, and Engineering*, 1(1). <https://doi.org/10.47354/jsse.v1i1.326>
- Nahwan, D., Gadzali, S. S., Deri, R. R., Srimuni, R. R., Nugroho, I. S. (2023). Pelatihan SDM untuk Digitalisasi Pemasaran Bagi Sales Executive dan Sales Supervisor Perusahaan Distribusi. Jakarta: Jejak Publisher. ISBN: 9786234982596, 623498259X
- Neneng Nurmalasari, & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Jurnal.Unigal.Ac.Id*, volume 4(3).
- Syuhada, A. A., & Gambett, W. (2013). Online marketplace for Indonesian micro small and medium enterprises based on social media. *Procedia Technology*, 11, 446-454.
- Tania, S. (2020). Menakar Hubungan Organisasi dan Publik di Media Baru (Analisis Isi Corporate Tweets Industri Perbankan, Otomotif, dan Telekomunikasi). *Jurnal Media Dan Komunikasi Indonesia*, 1(1). <https://doi.org/10.22146/jmki.51114>
- Young, T., & Milton, N. (2011). Knowledge management for sales and marketing: a practitioner's guide. Elsevier.