

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Miftahorrozi, Hendrawan, H., Raharti, R., Nuryana, A., & Yuliasuti, H. (2022). Analisis Peran Pemasaran Melalui Sosial Media, Harga Produk dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Clothing Online Store). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3).
- Ayu, E., Zakiyah, S., & Ponirin, Z. (2016). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 2(3), 241–250. <http://Techno.id>
- Carvill, M. (2018). *Get Social: Social Media Strategy and Tactics For Leaders* (1st ed.). Kogan Page.
- Gray, N., & Fox, M. (2018). *Social Media Marketing* (2nd ed.).
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2).
- Heggde, G., & Shainesh, G. (2018). *Social Media Marketing: Emerging Concepts and Applications*. Springer Nature Singapore.
- Herdiyani, S., Barkah, C. S., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MENGEMBANGKAN SUATU BISNIS: LITERATURE REVIEW. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2).
- Inkiriwang, M. V., Ogi, I. W. J., & Woran, D. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PINKY KITTY SHOP TONDANO. *Jurnal Riset EKonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3).
- Kelsey, T. (2017). *Introduction to Social Media Marketing: A Guide for Absolute Beginners* (K. Endsley, Ed.). Apress.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Seventeenth Edition). Pearson Education.

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management Ebook* (16th ed.). Harlow: Pearson Education .
- Luttrell, R. (2022). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect* (Fourth). Rowman and Littlefield.
- McDonald, J. (2018). *Social Media Marketing Workbook: How To Use Social Media For Business*. JM Internet Group.
- Nurmalasari, N., & Masitoh, I. (2020). MANAJEMEN STRATEGIK PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS MEDIA SOSIAL. *Journal of Management Review*, 4(2).
- Pramudita, A. S. (2020). PENGARUH INSIGHT SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP PENJUALAN PT INFIA NIAGA DIGITAL. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 10(1).
- Pratiwi, A. A. M. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2).
- Puspitarum, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1).
- Putri, F. E., Rizqiana, I., Melani, J. A., Zeva, S., & Asbari, M. (2023a). Penggunaan Aplikasi Editing untuk Fasilitas Marketing. *Journal of Community Service and Engagement*, 3(1).
- Putri, M., Lestari, R. D., Matondang, S., & Sunardi, N. (2022). Pengaruh Teknologi Terhadap Perkembangan Islam di Era Remaja Milenial. *Jurnal Informatika Dan Teknologi Pendidikan*, 2(2).
- Simarmata, H. M. P., Saragih, D. Y., & Pardede, H. D. (2023). Meningkatkan Kreativitas Generasi Muda Pematang Siantar Dengan Workshop Menjadi Konten Kreator Di Media Sosial. *Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(2).
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing* (3rd ed.). SAGE Publisher.

- Utami, G. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Jaringan Pasar. *Journal Economy and Currency Study*, 4(2).
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh. (2021). Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Indonesian Journal of Marketing Science*, 20(2).
- Yonatan, A. Z. (2023, July). *Menilik Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023*. GoodStats.

