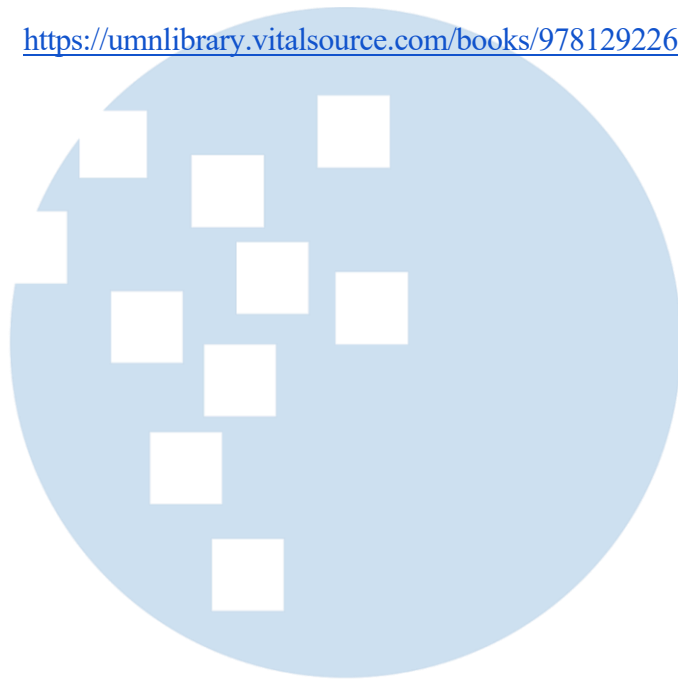


DAFTAR PUSTAKA

- Wirata, I. N. (2021). PERBANDINGAN EFEKTIVITAS MEDIA KONVENSIIONAL DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT PENGUNJUNG BALI BLUES FESTIVAL NUSA DUA BALI. *JURNAL KEPARIWISATAAN*, 20(2), 107–113. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i2.479>
- Rhamadhani, R., Shah, B. C., Pradana, A., & Ekoputro, W. (2024). <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom> AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN UMKM WAIKI DIMSUM UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MASYARAKAT SURABAYA. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Januari, 2024*(01), 842–848. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom>
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Mou, J. B. (2020). *Study on Social media Marketing Campaign Strategy-TikTok and Instagram*. <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/127010>
- Elena-Iulia, V. (2018). *THE IMPORTANCE OF SOCIAL MEDIA*. <https://www.smartinsights.com>
- Kurnilia, R. E., Yuliana Triamita, V., Atika, L. N., Pramesti, A. P., Zuhri, S., Shobari, M. K., Ramelan, M. W., Fatmawatie, N., Ardika, R., Aditya, T., Sugiarto, S., & Kediri, I. (2024). *Riska Elsa Kurnilia et al| Konten Kreatif yang Menarik secara Visual dan Emosional ... Korespondensi: Konten Kreatif yang Menarik secara Visual dan Emosional sebagai Upaya Meningkatkan Engagement dan Loyalitas Pelanggan Oishi Chicken Fillet*. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- Adminbt (2025) *Rekomendasi 8 mall terbaik di Tangerang Yang Wajib Dikunjungi, Berita Transformasi*. Available at: <https://beritatransformasi.com/mall-di-tangerang/> (Accessed: 12 April 2025).
- Noviyanti, S. (2025) *Bisnis Indonesia makin kompetitif di pasar global, Peran Digital Marketing Kian Krusial*, *KOMPAS.com*. Available at: https://money.kompas.com/read/2025/03/27/204552726/bisnis-indonesia-makin-kompetitif-di-pasar-global-peran-digital-marketing-kian#google_vignette (Accessed: 12 April 2025).
- Social, W.A. (2025) *Digital 2024, We Are Social Indonesia*. Available at: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/> (Accessed: 12 April 2025).

Moriarty, S., Mitchell, N., Wells, W. D., & Wood, C. (2018). Advertising & IMC: Principles and Practice, Global Edition (11th ed.). Pearson International *Content.*

<https://umnlibrary.vitalsource.com/books/9781292262147>



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA