

DAFTAR PUSTAKA

- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Kartawaria, J. R., & Normansah, A. C. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up. *KOMUNIKATA* 57, 4(1), 21–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.55122/kom57.v4i1.748>
- Muthiah, F. (2021). Peran Social Networking Sites dalam meningkatkan Stakeholder Engagement: A Literature Review. *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(2), 86–104. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2161>
- Septin, T., Rahayu, M., & Handayani, R. (2023). PENGARUH LABEL HALAL, PROMOSI DI MEDIA SOSIAL, DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW DI CILACAP. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(1). <https://doi.org/10.24127/jm.v17i1.977>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi 12 Jilid 2. Erlangga.
- Madyaratri, D. N., & Andjarwati, A. L. (2021). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p1150-1162>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.

Susila Tresnawati, Y., & Pyrenia Iskandar, T. (2023). STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) USAHA KECIL GALLERAJ BANDUNG DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KECIL DI ERA DIGITAL. *JULI*, 6(2), 2023.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23969/linimasa.v6i2.6778>

Fauzia, L. V. (2020). Pembuatan Kalender Konten dengan Google Sheet dan Template Unggahan sebagai Upaya Pengelolaan Media Sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/31441>

