

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024). Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia | Databoks. Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- Amelia, S. S., & Iswadi, N. (2023). Strategi komunikasi pemasaran sebagai media promosi dalam meningkatkan penjualan pada PT Tunas Jaya. *Technomedia Journal*, 8(3), 1–13. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i3.2087>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). Digital Marketing excellence. In *Routledge eBooks*. <https://doi.org/10.4324/9781315640341>
- Cheah, C.W., Koay, K.Y., Lim, W.M. and Ferraris, A. (2024), "Guest editorial: Social media influencer marketing in the food and beverage industry", *British Food Journal*, Vol. 126 No. 12, pp. 4013-4017. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2024-473>
- Darmawan, A. D. (2024). Mayoritas Penduduk Kabupaten Tangerang pada 2024 Adalah Usia Produktif. Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/d2123a647aa6737/mayoritas-penduduk-kabupaten-tangerang-pada-2024-adalah-usia-produktif>
- Darmawan, A. D. (2025). Data BPS 2024, 22,3% penduduk Kota Tangerang Selatan masih Anak-Anak. Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/882acf1a5cc5f2d/data-bps-2024-22-3-penduduk-kota-tangerang-selatan-masih-anak-anak>
- Dwijayanti, R., Santoso, H. B., & Purnamasari, R. D. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap efektivitas komunikasi pemasaran di kalangan milenial. *Jurnal Komunikasi*.
- Fauzan, R. (2021). *Belanja Iklan 2020 Moncer, Nielsen: Ini Proyeksi untuk 2021*. Retrieved from *Bisnis.com*:
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210422/12/1384960/belanja-iklan-2020-moncer-nielsen-ini-proyeksi-untuk-2021>
- Fauzi, L. M., & A. (2018). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian (Survei online pada mahasiswa sarjana jurusan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang membeli Starbucks). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Insani, R. (2023). Strategi kolaborasi dengan influencer dalam meningkatkan brand equity di media sosial. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*.
- Irwanto, J., Murniati, W., & Fauziyah, A. (2021). Optimization of Digital Marketing Strategy with Implementation of SOSTAC Method. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 4(6), 886–892. <https://doi.org/10.29138/ijeed.v4i6.1532>

- Julius, N. (2025). Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025. Upgraded.id.
<https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Kartsivadze, T. (2022). Copywriting in Social Media. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 4(40).
https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/30122022/7924
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Kuba, R., & Jeong, A. (2023). Demystifying visual design: a sequential analysis of design processes in infographic visual composition. *Journal of Visual Literacy*, 42(1), 26–47. <https://doi.org/10.1080/1051144X.2023.2168394>
- Lee, S., & Goldblatt, J. (2020). *Special Event: The Brave New World for Bolder and Better Live Events* (8th ed.). Wiley.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2015). *Advertising & IMC Principles and Practice*. New Jersey: Pearson Education.
- Paramita, D. L., Santosa, H., & Kurniawan, E. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran digital oleh UKM di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Pallavibhoj. (2023). Studi Nielsen Mengungkapkan Mayoritas Konsumen Secara Aktif Menghindari Iklan di Seluruh Platform Podcast, Streaming, dan Live TV. Nielsen.
<https://www.nielsen.com/id/news-center/2023/nielsen-study-reveals-majority-of-consumers-actively-avoid-ads-across-podcasts-streaming-and-live-tv-platforms/>
- Pamungkas, N. D. S., Saputra, N. I. B., & Laksana, N. A. (2024). Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 88–94. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.461>
- Pham, P. H., & Gammoh, B. S. (2015). Characteristics of social-media marketing strategy and customer-based brand equity outcomes: A conceptual model. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 9(4), 321–337.
- Putri, R. S., & Silaban, M. W. (2023). APPBI Sebut Akan Banyak Mal Baru Dibuka pada 2024 di Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. *Tempo*.
<https://www.tempo.co/ekonomi/appbi-sebut-akan-banyak-mal-baru-dibuka-pada-2024-di-bogor-depok-tangerang-dan-bekasi-157351>
- Ramadian, A., Santoso, E., & Nurjanah, I. (2023). Social media marketing sebagai strategi membangun hubungan pelanggan dan meningkatkan loyalitas. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Shimp, Terrence A.; Andrews, J. Craig. (2018). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10 ed.). South-Western: Cengage Learning.

- Sholihah, U. (2020). Pengaruh suasana tempat terhadap keputusan pembelian pada restoran di Jakarta. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.
- Sholihah, I. A. (2020). PENGARUH SUASANA CAFE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MERDEKA CAFE NGANJUK. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/34247/30474>
- Singla, J. [Associate Professor], & Chaudhary, K. [Assistant Professor] (Eds.). (2021). *Marketing 5.0: Putting Up The Blocks Together*. National Press Associate.
- Smith, P. (2017). *The SOSTAC® Guide to Your Perfect Digital Marketing Plan* (3rd ed.). Smart Insight.
- Summarecon. (n.d.). Awards and recognitions. Retrieved March 21, 2025, from <https://www.summarecon.com/id/profile/awards-and-recognitions>
- Tripadvisor. (n.d.). 10 Tempat Belanja Terbaik di Tangerang - Tripadvisor. https://www.tripadvisor.co.id/Attractions-g1493703-Activities-c26-t143-Tangerang_Banten_Province_Java.html
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. California: SAGE Publications, Inc.
- Wardhana, A. (2025). *Social Media Marketing Strategy* (1st ed.). Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteitureka.com/publications/590404/social-media-marketing-strategy-edisi-indonesia#cite>
- Widodo, M., & Yazak, M. (2018). Pengaruh strategi komunikasi media sosial terhadap loyalitas pelanggan pusat perbelanjaan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*

