

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, N. S., & Yudhistira, N. (2025). Optimalisasi Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Startup PT. Tala Bumi Group dalam Bisnis Franchise Food and Beverages. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(1), 82.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh media Sosial terhadap keputusan pembelian di toko kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 314–315.
- Chrismasya Rosiana Tamara Simanjuntak, Nazaruddin, & Rulianda Purnomo Wibowo. (2024). *STRATEGI PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETING PADA PT. X DENGAN MENGGUNAKAN METODE SOSTAC*. 8(1).
- Fadhila Amalia Putri Sangadji, Amelia Cahya Syah Fitri, Della Anzelia Sitanggang, Rusdi Hidayat, & Maharani Ikaningtyas. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI PLATFORM UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS DI ERA DIGITAL. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 4, Issue 1). https://jurnalfkp.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Gumindo. (2025, April 15). *Gumindo*. <http://gumindo.com>
- Latif, A. (2020). Pengaruh Bauran Promosi (Promotion Mix) Terhadap Keputusan Pemilihan Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris International Language Foundation (Ilf) Di Lamongan. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 3(2), 90–105.
- Nabila, N. F., & Saifudin, W. (2024). SEIKO : Journal of Management & Business Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Di Tulungagung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 7(2), 306.
- Nazulfa, I., & Santoso, R. (2023). SOSTAC sebagai Strategi Pemasaran Digital pada Start-Up Picnicker untuk Meningkatkan Merchant. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.32503/jmk.v8i1.3053>
- Rifai, Z., Faqih, H., & Meiliana, D. (2021). Metode SOSTAC Untuk Penyusunan Strategy Digital Marketing pada UMKM Dalam Menghadapi Pandemi dan Pasca Pandemi. *Jurnal Sains Dan Manajemen*, 9(1).
- Shafa, G., & Ayuningrum, N. G. (2024). Peran Social Media Specialist dalam Meningkatkan Brand Awareness di PT Kencana Maju Bersama. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM)*, 2(1, Januari), 127–135.
- Top Brand Award. (2024). *Top Brand Index*. Top Brand Award. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2024&type=subcategory&tbi_find=kwaci
- We Are Social. (2025). *Digital Report 2025*. Wearesocial. <https://indd.adobe.com/view/5355fd83-5476-4a1e-a611-80d786a600d7?allowFullscreen=true>