

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. (2020). *Ciri-ciri Media Sosial dan Perkembangannya*. Jakarta: Pustaka Digital.
- Ahmad Darmawan, dkk. (2021). *Strategi Promosi dalam Pemasaran Bisnis*. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Amaliah, et al. (2019). *Strategi Media Promosi dalam Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Arini, T. Soemohadiwidjojo (2020). *Pengantar Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arikunto, S. (2017) *Prosedur Penelitian: Surat Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arifin, Z., & Suharto, T. (2022). *Strategi Pemasaran Digital di Era Media Sosial: Membangun Branding dan Daya Tarik Konsumen*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Basu Swastha. (2019). *Manajemen Pemasaran Digital Dapat Meningkatkan Volume Penjualan*. Yogyakarta: Liberty.
- Belch, G. E. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Daryono. (2019). *Manajemen Pemasaran: Strategi Implementasi Bisnis Modern*. Yogyakarta: Deepublish.
- Efendi Pakpahan. (2018) *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Yogyakarta: Chely.
- Freddy R. (2018). *Riset Pemasaran: Teknik Menganalisis dan Membuat Strategi Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gerritsen, S. (2021). *Social Media Marketing: The Impact on Business and Communication*. London: Routledge.
- Hendarsih, I., & Harjunawati, S. (2019). *Marketing Communication Strategy: Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Penerbit Mitra Wacana.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). *Social Media: Definition, History, and Future Trends*. *Journal of Marketing*, 78(3), 34-50.

- Kartika, & Suryadi, (2020). *Manajemen Pemasaran: Strategi dan Implementasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen Strategi Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2022). *Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix*. *Business Horizons*, 65(4), 45-60.
- Naibaho, S. (2020). *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Daya Saing*. Medan: Penerbit Nusantara.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, A., & Apriyanto, D. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Modern*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nurudin. (2021). *Pengaruh Media terhadap Masyarakat: Perspektif Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Orbat, R., & Wildman, S. (2019). *The Role of Social Media in Digital Communication*. New York: Palgrave Macmillan.
- Puspa Wardani. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Mempromosikan Usaha Kuliner*. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Rangkuti. (2022). *Riset Pemasaran: SWOT Analisis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rasyidah, A. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Digital*. Bandung: Alfabeta.

- Rulli, Nasrullah. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Kencana.
- Sari, R., & Rahmawati, D. (2023). Algoritma Media Sosial dan Dampaknya terhadap Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 5(2), 134–146.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2022). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (11th ed.). Mason, OH: Cengage Learning.
- Soekanto, S. (2020). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Solomon, M. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. London: Pearson.
- Subagyo, W. S. (2019). *Sasaran Promosi dalam Strategi Pemasaran*. Surabaya: Pustaka Ilmu.
- Sudiyatmoko, R. (2019). *Jenis-jenis Media Sosial dan Dampaknya dalam Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudiyatmoko, R. (2020). *Dasar-dasar Media Sosial dan Komunikasi Digital*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudiyatmoko, R. (2021). *Media Sosial: Perkembangan dan Pengaruhnya dalam Dunia Digital*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, (2021). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: IPB Press.
- Syardiansah, A. (2021). *Komunikasi Pemasaran dan Implementasi Promosi*. Jakarta: Prenada Media.
- Tan, A. S. (2021). *Mass Communication Theories and Their Applications*. New York: Routledge.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa dan Strategi Promosi*. Jakarta: Gramedia.

- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing* (3rd ed.). London: SAGE Publications.
- Wijaya, & Santoso. (2022). *Strategi Pemasaran dalam Persaingan Bisnis Modern*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wahyuni, N. N. S. I., Riana, I. G., & yasa, I. N. M. (2019). *Strategi Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zulkarnia. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Yogyakarta: dedly.