

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Yusuf, S. Y. M, & Tabun, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. Seval Literindo Kreasi.
- Anggraini, R., Wulandari, C. D., Sriyanto, S., & Dewita, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Direct Marketing Dan Strategi Diferensiasiterhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Motors. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 4(1), 01-14.
- Apjii. (2023). Survei Apjii Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang.<https://Apjii.Or.Id/Berita/D/Survei-Apjii-Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Tembus-215-Juta-Orang>
- Apjii. (2024). Apjii Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang.<https://Apjii.Or.Id/Berita/D/Apjii-Jumlah-Pengguna-Internet-Indonesia-Tembus-221-Juta-Orang>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., & Bancin, J. B. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Candra, M. A. A. (2021). Sistem Informasi Berprestasi Berbasis Web Pada Smp Negeri 7 Kota Metro. *Jurnal Mahasiswa Ilmu Komputer*, 1(2), 175-189.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi Pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*, 3.
- Isman, I., Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh sosial media marketing, ekuitas merek, dan citra destinasi terhadap minat berkunjung ke tempat wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 30-36.

- Julia, M., & Masyruroh, A. J. (2022). Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 383-395.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Promotion Mix. Dalam Principles Of Marketing*.
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2).
- Marlina, L., Ardiana, D. P. Y., Rini, N. K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U., & Pujiyanto, D. (2020). Digital Marketing.
- Muafidah, M., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Akuntabel: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 18(4), 661-668
- Nurhadi, N. N. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Persepektif Ekonomi Syariah. *Human Falah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2).
- Nuzuli, A. K. (2023). Memahami Penggunaan Media Sosial Facebook Di Kalangan Ibu Rumah Tangga. *Communications*, 5(1), 533-570.
- Oktavia, R., & Rismawati, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Atk Dan Fotokopi Di Masa Pandemi (Studi Pada Toko Tiga Jaya Atk Di Desa Kesamben Wetan). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 11(4).

- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jumant*, 9(1), 13-25.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital Marketing.
- Putra, G. L. A. K. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. In Senada (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi) (Vol. 2, Pp. 259-265)
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1).
- Putri, S. S. (2022). Digital Marketing Sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Wirausaha Muda “Clothing Prjbus” Dalam Meningkatkan Omset Bisnis Umkm. *Lugas Jurnal Komunikasi*, 6(2), 65-72.
- Rauf, A. (2021). Pengertian Digital Marketing. *Digital Marketing: Konsep Dan Strategi*, 1(2).
- Rosdiana, A., & Nurnazmi, N. (2021). Dampak Aplikasi Tiktok Dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Rabadompu Timur. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 4(1), 100-109.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., & Kutoyo, M. S. (2022). Manajemen Pemasaran.
- Sumitro, Y., Helmy, B. J., & Soekotjo, W. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Kondominium Di Kawasan Kota Surabaya. *Majalah Ekonomi*, 24(1), 35-48.

- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 136-146.

