

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. (2015). Manajemen komunikasi: Filosofi, konsep, dan aplikasi. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Amirullah. (2015). Manajemen Strategi: Teori - Konsep - Kinerja. Mitra Wacana Media.
- Ahmadi, G., & Rifa'i, M. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Wisata Telaga Ngebel Ponorogo*. Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2(1), 67–81.
- Candra, M. A. A. (2021). Sistem Informasi Berprestasi Berbasis Web Pada Smp Negeri 7 Kota Metro. Jurnal Mahasiswa Ilmu Komputer, 1(2), 175-189.
- Gunawan, C., & Septianie, I. (2021). The effect of trust and risk perceptions using e-commerce on consumer purchase intentions. Journal of Economics and Business (JECOMBI), 1(3), 239–247.
- Gunawan. (2021). Pengukuran aktivitas pemasaran pada media sosial Instagram. Jurnal Administrasi Bisnis, 10(2), 123–130.
- 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.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management (16th ed.). Pearson Education.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). Social Media Marketing: A Strategic Approach. Cengage Learning.

Melati, R., & Febianty, D. (2016). Pengaruh media sosial terhadap brand awareness.

Jurnal Bisnis dan Sosial, 3(1), 54 -76. Universitas Telkom.

Nuriawati;. “Pemanfaatan media sosial sebagai pemasaran dalam bisnis syariah.” *Jurnal Ekonomi Islam*, 2021: Vol. 1 No.1.

Nuzuli, A. K. (2023). Memahami Penggunaan Media Sosial Facebook Di Kalangan Ibu Rumah Tangga. *Communications*, 5(1), 533-570.

Putri, A. V., & Ali, D. S. F. (2020). Strategi komunikasi pemasaran terpadu Coffee Shop Kopi Tuli. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 95–108.

Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital Marketing.

PT KAI DAOP 9 Jember. 2024, hal. 29–35.

Rifa’i, M., & Ahmadi, G. (2021). Strategi komunikasi pemasaran terpadu wisata Telaga Ngebel Ponorogo. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 67–81.

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.

Saputra, R., & Ardani, D. (2020). Digital marketing: Pengertian dan penerapannya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Sutrisno, H., Prabowo, H., Gultom, H. C., dan Lestari, P. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Digital*. Ekspresi: Publikasi Kegiatan Pengabdian Indonesia, Vol. 2, No. 1, hlm. 22–29

Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran (Edisi ke-4). Yogyakarta: Andi.

Tampubolon, M. (2021). Tujuan komunikasi pemasaran dalam era digital. *Jurnal Ilmu*

Komunikasi Digital, 3(1), 45–55.

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.

Van den Beemt, A. A. J., Thurlings, M. C. G., & Willems, M. C. (2020). Towards an

understanding of social media use in the classroom: A literature review.

Technology, Pedagogy and Education, 29(1), 35–55.

Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha dan Aniek Indrawati. (2020). *Digital marketing*.

Malang: Edulitera.

