

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM.
- AlFattah, R. (2025). Pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku menyimpang mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta Kampus 3.
- Anindita, R., & Syahputra. (2024). Direct marketing, sales promotion, dan hedonic shopping motivation terhadap purchase decision (studi pada fitur Shopee Live).
- Ariefiansyah, F., & Jannah, M. (2024). Social media marketing: A systematic literature review.
- Ashari, A., Dharta, F. Y., & Arindawati, W. A. (2023). Strategi komunikasi pemasaran pada Kedai Kopi Kata Kita Bekasi.
- Chen, S. (2024). The impact of brand awareness on purchase intention.
- Christanti, A. S. K. (2024). Pengaruh strategi pemasaran konten dan afiliasi terhadap pembelian impulsif: Peran mediasi pemasaran viral dan kepercayaan.
- Dewi, E. P., Manalullaili, & Anwar, S. (2022). Manajemen pemasaran hasil pengelolaan bank sampah melalui e-commerce.
- Efendi, M. S., Fatgehipon, A. H., & Scoviana, N. H. (2024). Media sosial Instagram dalam membangun eksistensi diri remaja: Social media Instagram in building adolescents' self-existence.

- Genira, C. F., & Aisjah, S. (2023). Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian Tokopedia.
- Habibah, A. N., Mulyono, F., & Gunawan, C. (2023). Integrated marketing communication: How IMC method build a brand equity.
- Hasanudin, H., Rahmawati, E. D., & Suyatno, A. (2023). Strategi promosi terhadap peningkatan volume penjualan pada Toko Redjo AC Sukoharjo.
- Herdiyani, S., Barkah, C. S., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan media sosial dalam mengembangkan suatu bisnis: Literature review.
- Husna, N. K., Mala, I. K., & Sutantri. (2024). Strategi pemasaran konten dalam meningkatkan interaksi konsumen di media sosial.
- Ibrahim, A., & Purnamasari, O. (2026). Brand awareness dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian peralatan outdoor lokal.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis strategi digital marketing.
- Mahwati, S. K., Sabayu, F., Wardi, Y., & Thaib, I. (2024). Pengaruh digital marketing dalam strategi pemasaran global.
- Muchtar, K., & Andriani, A. D. (2025). Transformasi integrated marketing communication.
- Nurgina, E., Nurhalimah, E. L., Aulia, F. A., Restakirana, F., Azshois, F., & Budiman, H. (2022). Analisis bauran promosi terhadap minat beli konsumen produk gula aren di CV. Candela.

Otniel, T. R., Wisudawanto, R., & Indreswari, E. P. (2025). Penerapan strategi integrated marketing communication Adhiwangsa.

Rahardja, B. V., Rolando, B., Chondro, J., & Laurensia, M. (2024). Mendorong pertumbuhan e-commerce: Pengaruh pemasaran media sosial terhadap kinerja penjualan.

Rigitta, N. M., & Auliya, A. (2023). Tradisi Dugderan sebagai strategi promosi pemasaran wisata di Kota Semarang.

Sanapang, G. M., Monalisa, & Syam, A. (2025). Digital marketing strategy & inovasi pemasaran digital.

Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). Pemasaran digital.

Singh, C., Pipariya, M., & Singh, A. (2026). Master IMC: A comprehensive guide to integrated marketing.

Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi bauran promosi (promotional mix) dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Widyawati, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Analisis strategi promosi terhadap pengembangan produk perbankan syariah.

Yaqin, M. A., & Fadilah, N. (2024). Strategi membangun brand awareness melalui Islamic branding di Pondok Pesantren Nurul Jadid Wilayah Al-Mawaddah.