

DAFTAR PUSTAKA

- Alfina, Khoirina, M. M., & Nastati, T. A. 2020. Pelatihan Digital Marketing Bagi Entrepreneur Di Kota Gresik. **JURNAL ABDIAS**, 797-804. Vol. 6:pp. 12-15
- Aldianto, E. 2020. Strategi Pemasaran Digital Sosial Media Instagram Dengan Menggunakan Bantuan Selebgram di Indonesia. **International Journal of Hypertension**, 1(1), 1–171.
- Chayono, E. 2020. Ekonomi Kreatif Masa Depan Indonesia. Badan Litbang SDM Kominfo, <http://aptika.kominfo.go.id>. Diakses pada 14 Maret 2023.
- Chaffey & Ellis-Chadwick, F. 2016. **Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Sixth Edition**. Person
- Chen, Ya li & Huang, Tao Zhe. 2012. Mechanism Research of OWOM Marketing Based on SOR and AISAS. **Advanced Materials Research** Vols. 430-4-8, p.2.
- Fanani, F. 2022. Instagram Media Sosial Berbasis Foto dan Video. Liputan 6, <http://liputan6.com>. Diakses pada 19 Maret 2023
- Imam, K., & Siti, M. 2021. Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Pati 59100. **Jurnal Bisnis dan Pemasaran**. Vol 6: hlm 11-15
- Kaplan, A. M., & Michael, H. 2014. **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media**. ESCP Europe, 79 Avenue de la Republique, F-75011 Paris, France.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2016. **Manajemen Pemasaran, Global Edition**. 15th Edition New Jersey: Person Prentice Hall.
- Moleong, L. J. 2017. **Metode Penelitian Kualitatif**. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. **Media Sosial; Perspektif Komunikasi, budaya dan sosioteknologi**. Bandung: Simiosa Rekatama Media.
- Ramadan. (2017). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. **Business & Management Studies: An International Journal**, 6(1), 128–148.
- Sugiyono., 2015. **Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)**. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono., 2018. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono., 2019. **Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyama & Andre. 2011. **AISAS Model. Global Businnes Marketing Social media strategies used by small retail businesses**. ProQuest, 10975518(2), 122.
- Tam & Model, F., 2015. Sisem Akutansi, Akademik Manajemen Perusahaan YPKN. **Jurnal Bisnis dan Pemasaran, 14**.
- Ulfah. 2017. Pengaruh Tautan Berita Pada Fecebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang). **Laporan Akhir** pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, h.3. (**tidak dipublikasikan**)
- Van Dijk and Nasrullah, 2016. **Strategi Pemasaran Media Sosial**. Jakarta: Bumi Aksara.