

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by M.Si Dr. Patta Rapanna, SE. Cetakan 1. Makassar: CV. syakir Media Press.
- Ali, M.A., 2014, Analisis Optimalisasi Pelayanan Konsumen Berdasarkan Teori Antrian pada Kaltimgps.Com di Samarinda, *Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Anwar, F. Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, Vol. 1 No. 1
- Ashilah, K. 2022. “Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Wasabi Sushi Japanese Food Jember.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)* 1 (2): 149–60. <https://doi.org/10.56013/jebi.v1i2.1081>.
- Barao, R. C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, and J.G.S.Souza. 2022. “Desain Produk Dan Online Promotion Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Pada Butik Legaliya Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening” *Braz Dent J.* 33 (1): 1–12.
- Dharma 012. 2023. Manfaat dan Pemasaran Media Sosial Dalam Strategi Bisnis. I DMetafora. Ed. 13. Juni 2023
- Garaika, dan Winda, F. 2019. “Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta.” *Jurnal AKTUAL* 16 (1): 21. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>.
- Hafidh. 2020. Instagram Content Marketing, Bukan Cuma Sekedar Konten. *Mekari Jurnal*. Ed. 28 Juni 2020
- Haryanti, N, Adi Marsono, and Muklas Ary Sona. 2021. “Strategi Implementasi Pengembangan Perkebunan Kelapa Sawit Di Era Industri 4.0.” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 8 (1): 76–87. <https://doi.org/10.53429/jdes.v8i1.146>.
- Herwanto, Rokiah Kusumapradja dan Abdul Kadir. 2021. Pandemi COVID-19 dan Kinerja Kerja Tenaga Kesehatan Rumah Sakit. *Tarumanegara Medical Journal* Vol. 4 No. 1, 2021: 117-126.
- Hidayat, Z. 2020. Etika Persaingan dalam Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Komunikologi*. Vol. 9 No. 1
- Maylinda, S. dan Indah Purnama Sari. 2021. “Optimalisasi Integrated Digital Marketing Dalam Strategi Pemasaran Umkm Imago Raw Honey.” *JABE*

(*Journal of Applied Business and Economic*) 7 (4): 521.
<https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.9940>.

Musbikhin. 2015. “Jurnal Ummul Qura Vol V, No 1, Maret 2015 11” V (1): 11–23.

Pasaribu, Marta K N, Adinda Nadira Larasati, Daniel Fernando Siahaan, and Berliana Manik. 2023. “Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan Melalui Kemasan Ramah Lingkungan Dan Strategi Digital Marketing” 3: 57–67.

Prasetya, Arik, Astri Warih Anjarwi, Kartika Putri Kumalasari, Nabilla Putri Lishandy, and Universitas Brawijaya. 2022. “Strategi Pengembangan Laboratorium Business Venturing (Studi Kasus Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya).” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5 (2): 798–806. <https://journalkopin.acd/index.php/fairvalue>.

Prasetyo, Antoni, and Aniek Wahyuati. 2016. “Pengaruh Strategi Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 5 (1): 1–17.

Purwiyanto, Didik, and F X Adi Purwanto. 2020. “Brand Awareness Sebagai Variabel Pemeditasi Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Kasus Mahasiswa Diploma Pelayaran Pada Pembelian Tiket Online Di PT PELNI).” *Jiabi* 4 (2): 177–97.

Ramdani, Edon. 2020. “Formulasi Strategi Korporasi Dalam Ketidakpastian Masa Depan Pasca Covid-19.” *Jurnal Akuntansi Bareleng* 4 (2): 17–28. <https://doi.org/10.33884/jab.v4i2.1977>.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. CETAKAN KE. BANDUNG: CV. ALFABETA.

Trulline, P. 2021. “Pemasaran Produk UMKM Melalui Media Sosial Dan E-Commerce.” *Jurnal Manajemen Komunikasi* 5 (2): 259. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>.

Wajik, D I Desa, Isna Ayu, Safitri Kusuma, Fibia Sentauri, Cahya Ningrum, and Muhammad Sulthon. 2022. “OPTIMASI DIGITAL MARKETING DAN PROGRAM JUAL BELI” 3 (3): 2196–98.

Wardani, Indah Yuni, Widi Dewi Ruspitasari, Yunus Handoko, Program Studi, Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, Institut Teknologi, and Asia Malang. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada 200 Cafe and Food Di Kota Malang.” *Jubis* 3 (2): 89–100.

Warmayana, I Gede Agus Krisna. 2018. "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Promosi Pariwisata Pada Era Industri 4.0." *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya* 3 (2): 81. <https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>.