

DAFTAR PUSTAKA

- Ahada, R., Rustamunaf, F., & Fitri Anggraeni, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kredit Mikro Di Kantor Bank Bri Kembangan. *Bisnis dan Keuangan (Innobiz)*, 1(1), 63–76.
- Azzahra, E. A., & Shabrina, A. (2023). Social Media Marketing Strategy Design Through Instagram In Repositioning Brand Riung Panyaungan Restaurant Perancangan Strategi Pemasaran Media Sosial Instagram Dalam Repositioning Brand Rumah Makan “Riung Panyaungan.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1333–1343. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Framuditya Bagas Saputra, Amyra Syalsabila, Yurni Fadhillah, & Ricky Firmansyah. (2023). Peran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan Perusahaan Mangkok Manis. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 1(3), 66–77. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.199>
- Hidayah, N., Sopian, T., Aziz M. Nauval, Feby Nur Ikwardani, Flavia Domitilla Fausta, Inggit Salsabila Putri, M. Hafidz Annazly, & Salma Nabila M. (2021). Strategi Pemasaran Media Sosial Destinasi Pariwisata Menggunakan Pendekatan SOSTAC. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 5(2), 57–75. <https://doi.org/10.34013/jk.v5i2.408>
- Hidayatulloh, K., MZ, M. K., & Sutanti, A. (2020). Perancangan Aplikasi Pengolahan Data Dana Sehat Pada Rumah Sakit Umum Muhammadiyah Metro. *Jurnal Mahasiswa Ilmu Komputer*, 1(1), 18–22. <https://doi.org/10.24127/.v1i1.122>
- Izzati, F. T., & Nuvriasari, A. (2024). Online Promotion, Personal Selling and Product Display to Increase Interest to Buy at Twin’s Petshop & Care. *Asian Journal of Community Services*, 3(1), 85–94. <https://doi.org/10.55927/ajcs.v3i1.7535>
- Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 2275, 20–26. <https://ummaspul.e-journal.id/RMH/article/view/4466>
- Lase, Y., & Ndraha, A. B. (2023). Analisis Urgensi Pelatihan Dalam Pengembangan Kompetensi Aparatur Sipil Negara (Asn) Di Pengadilan Negeri Gunungsitoli. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 1804–1814. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.52456>

- Megadini, R., & Anggapuspa, M. L. (2021). Perancangan Feed Instagram Sebagai Media. *Jurnal Barik*, 2(1), 69–81.
- Meihartati, T. (2017). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Metro Elektronik dan Furniture Palembang. *PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING*, 8(1), 165–175. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Muharrifah, E., Islam, U., Sumatera, N., Medan, U., Putri, D., Rahma, A., Islam, U., Sumatera, N., Medan, U., Daulay, A. P., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2024). *Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Karakteristik Mahasiswa KPI FDK UIN-SU*. 3(1).
- Nasution, A. S., & Yarham, M. (2023). Peran penting etika bisnis islam terhadap pendapatan dan pengembangan umkm. *Welfare*, 2(1), 45–62. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/welfare/article/view/16339/7061>
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626–635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Nuzuliyah, L., & Irawan, D. (2022). *Strategi Pemasaran Buah Naga dengan Pemanfaatan Media Sosial di Kecamatan Jawai , Kabupaten Sambas , Kalimantan Barat Marketing Strategy of Dragon Fruit using Social Media in Jawai District , Sambas Regency , West Kalimantan*. 3(2), 47–58.
- Raymond, Siregar, D. L., Putr, A. D., Indrawan, M. G., & Simanjuntak, J. (2023). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Tanjung Mutiara Perkasa. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–92.
- Rizqy, D., & Rahardjo, B. (2023). Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital (Studi Deskriptif Pada Akun @assyaffa.homedecor). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(1), 188–199.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Suli, K. T., & Nirsal, N. (2023). Rancang Bangun Sistem Informasi Desa Berbasis Website (Studi Kasus Desa Walenrang). *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi*, 13(1), 24–32.

Teknologi, J., & Vol, I. B. (2021). *Penerapan Teori Penetrasi Sosial Pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri Melalui Tiktok Terhadap Penilaian Sosial*. 3(1), 1–9.

Wati Prasetyo, A., Martha Aulia, J., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (F. A. Nadya (ed.)). Edulitera (Anggota IKAPI-No.211/JTI/2019).

Wusko, A. U. (2024). Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Pemasaran Kripik Buah Levina Di Desa Sumber Pasir Kec. Pakis Kab. Malang.