

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D. ., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Annisa, Nur. (2024). Membedah Internet Marketing Sampai Ke Akar Strategi Bisnis yang Wajib dikuasai di Era Society 5.0. Yogyakarta : Ikapi
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Di bidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>
- Danuri, M. (2019). *Development and transformation of digital technology*. Infokam, XV(II), 116–123.
- Felix, A., Livaro, I., Young, F. M., Wijaya, W., Jonathan, A. & Celvine (2023). Analisis Penggunaan Social Media Marketing dan Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Gelato dengan Konsep Unik. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 279–287.
- Ghozali, I. (2018) Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hsb, S., & Hasibuan, R. R. A. (2019). Strategi Pemasaran Produk Gadai dalam Menarik Minat Nasabah Di PT. Pegadaian UPS Sibuhuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(3), 51–60.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Keegan. M. (2024). Top 10 Beauty Brands In Southeast Asia. <https://www.campaignasia.com/article/top-10-beauty-brands-in-southeast-asia/498066>. Diakses 30 September 2024
- Khairunnisa, Suharyanto, & Ariyanto T. (2023). Analisis Media Sosial Marketing dan Optimasi Mesin Pencari (SEO) Terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 25–46. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.530>
- Kurniawan, I. B., Kurniawati, N. S. E., & Puniawan, I. M. E. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Mahasiswa Saat Pandemi Covid-19 Di Bali. *Juima : Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 15–28. <https://doi.org/10.36733/juima.v11i1.2056>
- Laia, T. A. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Ud. Mitra Kecamatan Amandraya Kabupaten Nias Selatan, 5(1).

- Mahdi, I. M (2022). Pendapatan Produk Kecantikan di Indonesia Diproyeksi Terus Naik. <https://dataindonesia.id/varia/detail/pendapatan-produk-kecantikan-di-indonesia-diproyeksi-terus-naik>. Diakses pada 30 September 2024
- Maulana, I. (2022). Peran Penggunaan Search Engine Optimization Dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Beli E-Commerce Elevenia Pada Mahasiswa Kabupaten Purwakarta. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 12–18. <https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.384>
- Nugraha, I., Salqaura & Lestari (2024). Pengaruh Search Engine Optim Ization Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kleveru Pada Masyarakat Di KelurahanTanjung Sari. *Repository.Uma.Ac.Id*, 01(01), 13–27.
- Nurina, N., Ruwaida, R., & Trikariastoto, S. (2020). Perbandingan Daya Serap Peserta Pada Pelatihan Digital Marketing Secara Online Dan Offline Bagi Umkm Di Era New Normal. *Jurnal IIKRAITH-EKONOMIKA*, 3(3), 174–179. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1071>
- Pradipta, N. A., Fitriyah, Z., Izaak, W. C., Program, M. S., & Development, T. N. (2024). The Effect of Product Design and Digital Marketing on Buying Interest of TXT Boygroup Album Among K-pop Fans Generation Millennials and Z. 3(1). <https://doi.org/10.55299/ijec.v3i1.538>
- Riyanto, A. D (2024). Hootsuite (We are social) Data Digital Indonesia 2024. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>. Diakses pada 30 September 2024
- Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(2), 2022.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Seran, R.B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Setianingtyas, E. I. N. (2020). Analisis Social Media Marketing dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto Ayu Setianingtyas (1) Eka Indah Nurlaili (2). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 207–223
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 87–100. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.56>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono (2019). Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta
- Sutrisno, A.P & Mayangsari, I. D (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-131.
- Yohandi, Yuliana, Arwin, Lisa, & Ivone. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 182–186. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.451>
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linear Berganda. Universitas Udayana, 2 (2), 18.