

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, N. N., Andriani, S., Meriayusti, A., Putri, E. W., Kusuma, L. G., Lisna, T., Wulandari, T., Mawakhiro, S., Khoiriyah, H. A., Priangga, I. F., & Arum, D. P. (2022). Pendampingan Rebranding Pada Usaha Java Kokedam Soerabaja Kelurahan Dukuh Pakis. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 01(02), 67-73.
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *JURNAL ILMIAH MULTIDISIPLIN AMSIR*. 2(1). 155-166. <https://doi.org/10.62861/jimat%20amsir.v2i1.405>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokam Di Kota Palu. *E-journal Kinesik* 9(2), 176. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Ariyanti, N., Marleni, & Prasrihamni, M. (2022). Analisis Faktor Penghambat Membaca Permulaan pada Siswa Kelas I diSD Negeri 10 Palembang. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4), 1450–1455. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/5462>
- Dzulfriansyah, A., & Ernawati. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Giriloyo Batik Bantul-Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, Volume 2. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3>
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fitria, A. N., & Christina. (2023). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Word Of Mouth Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fesyen Noor. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(2), 136-146. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i2.2033>
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Pengguna Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13-23. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/1273>
- Hendrayani, E., Reswari, R. A., Suwastika, I. W. K., & Casriyanti. (2024). *Manajemen Pemasaran 5.0*. PT Media Penerbit Indonesia, Kota Medan

- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *JURNAL ECONOMINA*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Junaidi. (2022). Pengaruh Citra Merek And Brand Equity Terhadap Purchase Decision Pia Di Cv. Pia Manalagi Probolinggo. *Bussman Journa: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 254–267. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i2.53>
- Kaharuddin. (2021). Kualitati: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan*, IX(1), 1–8. <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>
- Kasiha, W. N. t., Lumanauw, W., & Raintung, M. C. (2023). The Effective Of Brand Experience, Affective Commitment, And Brand Trust On Brand Loyalty On Caf Ngopiyo Consumers In Manado. In 644-655 *Jurnal EMBA* (Vol. 11, Issue 3). <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49963>
- Liliana, M., & Siagian, D. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengesahan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*, 1(1), 10–21.
- Mustakim, N., & Priyono, B. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perumda Dharma Jaya Provinsi DKI Jakarta. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 1-12. <https://jurnal.stialan.ac.id/index.php/jbest/article/view/772>
- Novita, D., & Parinduri, T. A. (2024). Analisis Perkembangan Zaman Terhadap Bahasa, Sikap Dan Akhlak Studi Kasus Pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Jurnal Dialect*, 1(1), 18-30. <https://doi.org/10.46576/dl.v1i1.4239>
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2016). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(September), 1-23. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Nurmalina, R., Fitri, C. Y., Utami, A. D., Sari, R. M., Risenasari, H., Siwang, R. S., Khotimah, H., Rosiana, N., Rachman, A., & Hasibuan, M. (2015). *PEMASARAN Konsep dan Aplikasi*. PT Penerbit IPB Press. 1-19. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/81341>
- Prawiyogi, A. G., Sadih, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>

- Pribadi, M. R., & Madilis, F. (2022). Survei Kemampuan Renang Gaya Bebas 50 Meter Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Olahraga STIKIP Kie Raha. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(3), 271–275. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6392128>
- Priyanto, M., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian Di Toko Mingka Bandung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis E-ISSN*, 2(1), 57-66. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.184>
- Qurniawati, R. S. (2018). Theoritical Review: Pemasaran Media Sosial. *Jurnal STIE AMA*, 21. *Juenak Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 17-27. <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v11i1.159>
- Renyarosari Bano Seran, Elia Sundari, & Muinah Fadhila. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Saadah, N. N., Yusuf, I., & Budiman, A. (2023). Analisis Pemasaran Digital Menggunaka Model AISAS Pada Produk Semakin Peka. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 2023.
- Sari, R. N., & Siswono, T. Y. E. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Matematika Berbasis Media Sosial Instagram Pada Materi Lingkaran Di SMP. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Volume 9*(1), 120-127.
- Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 25–34. <https://doi.org/10.14710/jab.v11i2.42602>
- Sibuea, A. M. E. B., & Kando, L. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Mempertahankan Tingkat Loyalitas Pelanggan Pada Toko Marmel Florist Medan. *JURNAL GLOBAL MANAJEMEN*, 10(1), 76–83.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Alfabeta Bandung, Bandung
- Sya, C., Feroza, B., & Misnawati, D. (2020). Pengguna Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41. <https://doi.org/10.33557/ji.v14i1.1397>
- Trivaika, E., & Senubekti, M. A. (2022). Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *Nuansa Informatika*, 16(1), 33–40. <https://doi.org/10.25134/nuansa.v16i1.4670>
- Ule, M. Y., Kusumaningtyas, L. E., & Widyaningrum, R. (2023). Studi Analisis Kemampuan Membaca dan Menulis peserta Didik Kelas II. *Widya Wacana*, 1(1), 1–28.

- Ulfithroh, N. (2023). Strategi Pemasaran dan Harga dalam Upaya Peningkatan Efektivitas Penjualan Sensor Ac di CV. Fassa Group Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Volume 7(1), 2016-2023. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.5519>
- Utami, H. M., & Sugiat, M. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Activities terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image, Brand Awareness, Brand Equity Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Avoskin. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 6–11. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3743>
- Wardhana, A. (2021). Brand Management In The Digital Era. In *New Scientist*. EUREKA MEDIA AKSARA, Purbalingga Jawa Tengah
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (Nadya Artha Fransiska (ed.). PT. Literindo Berkah Karya, Kab. Malang
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 6(2), 798-807. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1320534a>

