

DAFTAR PUSTAKA

- Abdeta, O. E., & Zewdie, S. (2021). The effects of promotional mix strategies on organizational performance: Evidence from systematic review of literature. *International Journal of Business and Economics Research*, 10(6), 236-245. <https://doi.org/10.11648/j.ijber.20211006.14>.
- Adhitya Yoga Prasetya, Sugiharti, Z. R. F. (2021). Pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan penjualan produk UMKM Desa Boja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis UMKM*. 03(01), 102–108.
- Arianto, B. (2024). *Triangulasi Metoda Penelitian Kualitatif*. 251.
- Ayenew, Y. Y. (2023). Promotional strategy and organizational performance: Source from systematic review literature. *American Journal of Theoretical and Applied Business*, 9(3), 75-85. <https://doi.org/10.11648/j.ajtab.20230903.12>.
- Azzahra, N., Utami, B. P., Arrafi, A., & Handayani, V. A. (2024). *The Influence of Post Frequency and Type of Platform Used on Follower Interest Levels*. 3(1), 43–47.
- Baer, J. (2020). The Impact of Instagram Reels on Engagement and Reach. Convince & Convert.
- Cespedes, F. V. (2020). *Aligning strategy and sales: The choices, systems, and behaviors that drive effective selling*. Harvard Business Review Press
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing. Pearson Education.
- Chaffey, D. (2020). *The Role of Analytics in Digital Marketing*. *Journal of Digital & Social Media Marketing*, 8(1), 1-12. doi: 10.1362/147557721X16036387648241
- Chandler, A. D. (2017). *Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial enterprise*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2015). *The Sage handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Dwiridotjahjono, J. (2022). Strategi Promosi Melalui “Media Sosial Instagram” Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(3), 356-365.
- Erika Anjani Widiyanti, & Lia Nirawati. (2024). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan: Studi pada Coffee Shop Kateko Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 5061–5076.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2155>
- Febianti, D. E., & Samsudin, A. (2024). *Increase Sales At Homme Coffee Surabaya Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Homme Coffe Surabaya*. 5(2), 4945–4950.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (2017). *Social cognition: From brains to culture*. Sage Publications.
- Fitriana, O., & Utami, N. (2019). Strategi komunikasi pemasaran digital untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 10(2), 45- 60.
- Fitzpatrick, P. (2016). The Role of Canva in Visual Content Creation. *Social Media Examiner*
- Flick, U. (2022). *An introduction to qualitative research* (7th ed.). SAGE Publications.
- Ginting, I. H., & Sudrajat, R. H. (2022). Analisis Strategi Promosi @Jurnalrisa Coffee di Masa Pandemi Covid-19 di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 123–137.
- Gituma, M. M. (2017). Effects of marketing mix on sales performance: A case of Unga Feeds Limited. *Journal of Management*.
- Given, L. M. (2020). *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Handayani, M. (2021). Strategi Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Toko Cahaya Terang Kota Palopo. *Repository Iain Palopo*, 2013–2015.
- Handley, A. (2020). The Benefits of Using Consistent Filters in Social Media. *Marketing Profs*.
- Husna, R. (2022). Strategi promosi melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 11(4), 200-215.
- Islam, U., Sultan, N., Kasim, S., Memenuhi, U., & Syarat, S. (2024). *OPTIMALISASI*

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI OLEH-OLEH RENDANG KHAS SUMATERA BARAT SKRIPSI. 6564.

- Khujaifah, A., Salsabila, T., Widyastuti, R., & ... (2021). Analisis Kegagalan Implementasi Manajemen Strategi pada Perusahaan 7 Eleven di Indonesia. *Jurnal Pendidikan*, 5, 3102–3111. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1355>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Kumar, R. (2021). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners (5th ed.)*. SAGE Publication
- Lee, W. C., & Aulia, S. (2023). Analisis digital marketing media sosial Instagram Dare Photobooth. *Jurnal Pemasaran Digital*, 7(2), 102-118.
- Malinda, F. (2024). Efek Media Terhadap Sosialisasi: Menjelajahi Peran Televisi dan Platform Media Baru. *Syntax Idea*, 6(3), 1255–1264. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i3.3027>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Mintzberg, H. (2023). *The rise and fall of strategic planning: Reconceiving roles for planning, plans, planners*. New York: Free Press.
- NapoleonCat. (2024, Desember 30). *NapoleonCat Stats*. Dikutip dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>
- Nata, M. P. (2021). Peran inovasi digital dalam pemasaran modern. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 15(3), 78-92.
- Odden, L. (2019). The Role of Content Rubrics in Social Media Management. *TopRank Marketing*
- Patton, M. Q. (2019). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). SAGE Publications.
- Porter, M. E. (2020). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors (1st ed.)*. Free Press.
- Putika, A., Sari, D., & Suryani, R. (2024). Pemasaran Digital melalui Media Sosial sebagai Bentuk Pemasaran Baru yang Efisien. *Jurnal Pemasaran Digital*, 12(1), 30-44.
- Ramadhan, R. T., & Bara Kusuma, Y. (2023). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Peningkatan Volume

- Penjualan (Studi Pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2942–2957.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rangkuti, F. (2015). *Marketing strategy: A practical guide to the development and implementation of marketing strategies*. Gramedia Pustaka Utama.
- Report Consumer Survey Nielsen. (2023). *2023 Consumer Survey Report* : 1–28.
- Rohaeni, A. (2016). Pengaruh strategi pemasaran digital terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 34–47.
- Sampita, W. D. (2021). Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Sambal Mbok Bariah di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–12.
- Sari, D., & Suryani, R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 11(4), 150–165.
- Seletio, F., et al. (2016). Analisis strategi pemasaran berbasis media sosial: Studi kasus pada UMKM. *Jurnal Bisnis Digital*, 6(1), 34–49.
- Soegoto, E. S., & Utomo, A. T. (2019). *Marketing strategy through social media*. IOP Publishing.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Swastha, B., & Irawan. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Stelzner, M. A. (2019). The Impact of Collaborative Learning on Student Engagement. *Social Media Examiner*
- Stelzner, M. A. (2020). The Importance of Content Calendar in Social Media Marketing. *Social Media Examiner*, 1–12.
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(01), 31–42.
<https://sj.eastasouthinstitute.com/index.php/smb/article/view/22>
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2015). *Social Media Marketing* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Ulfah, F., Nur, K., Salsabila, S., Safitri, Y., Evanita, S., & ... (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju

Lasi). *Jurnal Pendidikan*, 5, 2795–2805.

<https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/1277/1146>

Vania Regita Lailia, & Acep Samsudin. (2024). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan pada Bitween Coffee Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4452–4469.

<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1820>

Wardani, N. M. R. S. D., Sunarsa, I. W., & Seniartha, I. W. (2024). Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Di Langgeng Florist Bali. *Journal of Hospitality Accommodation Management (JHAM)*, 3(2), 127–136. <https://doi.org/10.52352/jham.v3i2.1493>

Widianti, E. A., & Nirawati, L. (2024). Analisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial dalam upaya peningkatan omzet penjualan: Studi pada Coffee Shop Kateko Surabaya. *Jurnal Bisnis Digital*, 5(2), 102-116.

Yusuf, R., & Hartono, E. (2023). Studi strategi pemasaran berbasis media sosial untuk UMKM. *Jurnal Inovasi Digital dan Teknologi Bisnis*, 6(1), 45-62.