

DAFTAR PUSTAKA

- Ajis, T. M., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, Dan Social Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 1(2), 212-223. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v1i2.22>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Condrobimo, A. R., & Mitchell, J. L. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Tempat Pemasaran Digital di Indonesia. Retrieved November 27, 2023, from <https://binus.ac.id/malang/2018/09/digital-marketing-kenapa-harus-medsos/>
- Kotler, P., Armstrong, G., Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing 17th ed. (17th ed., Global Ed.)*. Harlow: Pearson.
- Landa, R. (2018). *Graphic Design Solutions*. Cengage Learning.
- Muamar, J., & Imtihan, G. H. (2022). Instagram Sebagai Medium Komunikasi Risiko Orang Tua Kepada Anak Selama Pandemi Covid-19: Studi Netnografi Komunitas Pola Asuh Virtual. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(01), 27-46. <https://doi.org/10.46937/20202238987>
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.