

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Afriani., Sari, Y, F., Zai, S, H, D., Pasaribu, F, H, R., & Nurbaiti. (2025). Strategi Efektif Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(1), 361–374.
- Akmal, M. (2025, Oktober 22). Simak Tren Pengguna Instagram di Indonesia 2018-2025. Dikutip dari <https://data.goodstats.id/statistic/simak-tren-pengguna-instagram-di-indonesia-2018-2025-DfCfH>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project. 2(2), 466–477.
- Antaraneews.com. (2024, November 29). Hypefast sebut merek lokal jadi pilihan utama konsumen berbelanja. Dikutip dari <https://www.antaraneews.com/berita/4502265/hypefast-sebut-merek-lokal-jadi-pilihan-utama-konsumen-berbelanja>
- Aqila, A. A. (2024). Analisis Pemberitaan Positif Terhadap Brand Clothing Lokal : LAKON Indonesia. 3.
- Chaidir, M., Irawan, D, & Bernadi. (2024). Strategi Pemasraan Digital : Memahami Perjalanan Konsumen Di Era Digital. 4(4), 356–363. <https://doi.org/10.53866/jimi.v4i4.650>
- Dwiridotjahjono, J. (2022). Strategi Promosi Melalui “Media Sosial Instagram” Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(3), 356-365.
- Ekonomi, F., & Nasional, U. P. (2024). Digital Marketing: Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kasyaraa . *CO*. 6(2), 282–288.
- Fauziah, I., & Muniarty, P. (2024). Analisis Perbandingan Penjualan Pada PT . Sido Muncul Tbk, Universitas Dharmawangsa *Jurnal Bisnis Net* Volume : 7 No . 1 Juni 2024 | ISSN : 2621 -3982
- Hikmah., Riu, I. A., & Sukarno, U. N. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Kominikasi Pemasaran Wisata Kuliner Kerang Celebes Di Kabupaten Takalar Sulawesi Selatan. 7(2), 115–124.
- Hulu, N., Karim, A., Pembinaan, U., & Indonesia, M. (2025). Pengaruh E-Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Penjualan Produk Houseware Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Mustika Abadi Altic Houseware Medan. *Journal of Management*, 8(1), 1123–1144.

- Karim, A., & Purba, E. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Masyarakat Tanjung Medan. *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi*, 1(3), 85–88.
- Khujaifah, A., Salsabila, T., Pebiana, S., & Widyastuti, R. (2021). Analisis Kegagalan Implementasi Manajemen Strategi pada Perusahaan 7 Eleven di Indonesia. 5, 3102–3111.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana (Prenadamedia Group).
- Lailia, V. R. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. 1(2).
- Lamsari, N., Rafidah., & Ridho, M. T. (2023). Pengaruh pengetahuan produk dan promosi terhadap minat menggunakan layanan pegadaian syariah di kota jambi. 1(4).
- Lapian, L. F., Hermawan, V., Kurniawan, V., Kifayah, M. N., Rahardian, R., & Arifin, R. M. (2025). Implementasi Promosi Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Fashion Lokal. 2(3), 4723–4730.
- Larosa, R., Zebua, S., Bate'e, M. M., & Duha, T. (2025). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. 4(6), 9610–9618.
- Maulana, R. (2025). Strategi Pengembangan Usaha UMKM dengan Analisis SWOT. 2.
- Meiliya, A., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Pengembangan UMKM Indogift Di Surabaya. 6(1), 1–8.
- Nengsih, N. S., Mukhlis, S., Siam, N. U., Junriana., & Putri, T. Y. (2022). Strategi Promosi Objek Wisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang Ilmu Pemerintahan. *STISIPOL Raja Haji Administrasi Publik*, 4, 97–108. <https://doi.org/10.56552/jisipol.v4i1.90Strategi>
- Nirawati, L., & Lukitasari. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop Queenstreet. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 4, No.3, Mei 2021 (190-200).
- Nugraha, A. A., & Laily, N. (2024). Pengaruh Viral Marketing , Social Media, Dan Trust Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee ( Studi Pada Pengguna Shopee di Surabaya Barat ). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 13(5), 2-13.
- Panigfat, N., Akuntansi, P. S., & Ternate, U. K. (2024). *JRAM ( Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma ) Peran dan Kompetensi Auditor pada BPRS Bahari Berkesan dan BPRS Bobato Lestari*. 11(2), 17–29.
- Purnamasari, L., Rofian., & Prasetyo,S , A. (2022). Pkm industri kreatif sablon kaos: pengembangan edupreneurship siswa smp PGRI candirotto temanggung. 1(2), 87–95.

- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. 9, 13074–13086.
- Putri, N. M., Syaridwan, A., Ningrum, D. A., Putri, I. A., Putri, S. A., & Jumawan. (2023). Analisis SWOT Pengembangan UMKM Telur Gulung. SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah, 2472-2474.
- Rahmat, I. G. D. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif Sanggar Tenun Kembar Sari Desa Batuagung Kabupaten Jembrana Provinsi Bali. 6(2), 4500–4507.
- Ramadhan, R. T., & Kusuma, Y. B., (2023). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Peningkatan Volume 114 and Penjualan (Studi Pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya). Management Studies Entrepreneurship Journal, 4(3), 2942–2957. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Rangkuti, Freddy. (2021). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Cara Menghitung Bobot, Rating dan OCAI. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tafonao, A., Waruwu, Y., & Manao, A. (2022). Pengaruh Bauran Promosi (Promotion Mix) Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. 5, 23–33.
- Ruripratiti, A. C., & Widoretno, A. A. (2024). Pengaruh Pengendalian Internal Terhadap Penjualan PT X. 2(1), 1–13.
- Saputra, R., Adiprasetya, F., & Pulungan, P. (2024). Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel. 2(5).
- Selay, A., Andgha, G. D., Alfarizi, M. A., Bintang, M. I., Falah, M. N., Encep, M., & Khaira, M. (2023). Sistem Informasi Penjualan. 2, 232–237.
- Subakti, H., dkk. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Media Sains Indonesia
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suriyati, A., Rinayah, A. H., & Hartini, T. (n.d.). Peran Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Di Era Digital. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen, 2(3), 389–400.
- Syaipudin, L., Awwalin, I. N., Sayyid. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan. 01(01), 31–42.

- Tolan, M. S. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita ( Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado ). 2(5), 360–364.
- Ultavia, A., Jannati, P., Malahati, F., Qathrunnada, & Shaleh. (2023). Kualitatif : Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi. Jurnal Pendidikan Dasar, 343.
- Viana, S. O., & Febrianyah, B. (2023). Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing Pada Coffee shop di Bandar Lampung ( Studi Kasus QALU ). 201-211.
- Wildani, M., & Destiani, R. (2025). Eksplorasi Strategi Digital Marketing UMKM Fashion di Kota Mataram. ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin, 03(07), 222–230. <https://ejournal.45mataram.or.id/index.php/armada>
- Zai, I. (2025). Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi Penerapan Digital Promotion pada UMKM Nyaman Abadi Furniture dan Elektronik Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi. 4(3), 104–114