

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alimudin, A., & Purwantoro, G. (2022). *DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM*. Narotama University Press. <https://books.google.co.id/books?id=A92YEAAAQBAJ>
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., & Yuniati, I. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=B5t1EAAAQBAJ>
- Anshori, M. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1*. Airlangga University Press. <https://books.google.co.id/books?id=ltq0DwAAQBAJ>
- Arianto. (2021). *KOMUNIKASI PEMASARAN: Konsep dan Aplikasi di Era Digital* (T. Bahfiarti (ed.)). Airlangga University Press. <https://books.google.co.id/books?id=5oM8EAAAQBAJ>
- Chakti, G. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL* (Sobirin (ed.)). CELEBES MEDIA PERKASA. <https://books.google.co.id/books?id=OQzBDwAAQBAJ>
- Daga, R. (2023). *PANDEMI COVID19 DAN DIGITALISASI UMKM* (N. Duniawati (ed.)). Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=Nd2sEAAAQBAJ>
- Fauzan, R., Lotte, L. N. A., Saeni, N., Sudirjo, F., Setiawan, Z., Pandowo, A., Titing, A. S., Murdana, I. M., & Nasution, A. A. (2023). *Manajemen Pemasaran* (D. Sari (ed.)). Global Eksekutif Teknologi. <https://books.google.co.id/books?id=28K7EAAAQBAJ>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami Fatmi, E., Istiqomah Rahmatul, R., Fardani Asri, R., Sukmana Juniala, D., & Auliya Hikmatul, N. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); Issue March). CV Pustaka Ilmu.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Elex media komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=F960DwAAQBAJ>
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia widiasarana indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=-cSZDwAAQBAJ>
- Kremer, H. (2022). *Termodinamika Komunikasi* (F. Sukmawati (ed.)). Pradina Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=1EBxEAAAQBAJ>
- Prabowo, I. A., Alfiah, A., N, R. C., Sitopu, J. W., Putra, T. A. E., Aulia, A. P., Rahajeng, E., S, W., & Safii, M. (2022). *Pengantar Teknologi Informasi* (A. Yanto (ed.)). Get Press. <https://books.google.co.id/books?id=PspuEAAAQBAJ>
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram*. CV Budi Utama.

- <https://books.google.co.id/books?id=Os0eEAAAQBAJ>
- Saleh, M. Y., Said, D. M., Sobirin, & Media. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Sobirin (ed.)). CV SAH MEDIA. <https://books.google.co.id/books?id=pZu-DwAAQBAJ>
- Saragih, M. G., Manullang, S. O., Hutahaean, J., Ario, F., & Ghonim, C. V. A. B. (2020). *Marketing Era Digital* (F. Ario (ed.)). CV. Andalan Bintang Ghonim. <https://books.google.co.id/books?id=tuokEAAAQBAJ>
- Sumargo, B. (2020). *TEKNIK SAMPLING*. UNJ PRESS. <https://books.google.co.id/books?id=FuUKEAAAQBAJ>
- Tania, A. S. R., Fitria, A., Damayanti, L., Fajarudin, M. N., Damayanti, A., Mahadib, A. F., Arlianti, D. N., Rizki, E., & Hidayat, F. (2020). *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligensia Media (Intrans Publishing Group). <https://books.google.co.id/books?id=q4HsDwAAQBAJ>

Jurnal

- Aisyah, I., & Hidayat, R. (2021). Tinjauan Aktivitas Sosial Media Marketing Instagram Pada Mpone Stationery Di Lampung Tahun 2021. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Telkom University*, 7(5), 1098. https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/171678/jurnal_eproc/tinjauan-aktivitas-sosial-media-marketing-instagram-pada-mpone-stationery-di-lampung-tahun-2021.pdf
- Artvanka, L., & Hidayat, R. (2021). *ANALISIS PENGARUH CONTENT MARKETING INSTAGRAM TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT (STUDI KASUS PT. GOLDEN COMMUNICATION LAMPUNG TAHUN 2021) ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF INSTAGRAM CONTENT MARKETING ON CUSTOMER ENGAGEMENT (CASE STUDY OF PT.GOLDEN COMMUNICATION LAMP. 7(5), 1011–1017.*
- Manik, E., Suryawardani, B., Oktafani, F., Sari, D. A. P., Widiyawati, W., Pidola, V. A., Susiyanto, S., Zulfikar, M., & Febrianty, F. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN KONTEMPORER (TEORI DAN PRAKTIS)*. In M. T. Rambe (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Murdana, Y. T., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Pada PT. Dealpro Indonesia Bandung 2019. *Manajemen Pemasaran*, 5(2), 847–851. <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/download/10201/10057>
- Muzakkii, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Instagram

- Terhadap Minat Beli Di Masa Pandemi Covid-19 (studi Kasus Pada Sarawa. co). *EProceedings* ..., 7(1), 1–9. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/download/14238/14022>
- Nelyaningsih, & Hidayat, R. (2019). Analisis Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Nuraeni, S., & Suryawardani, B. (2017). *ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PT.NIION INDONESIA UTAMA PADA TAHUN 2017 Analysis Of Promotion Effectivity Through Social Media Instagram at PT. NIION INDONESIA UTAMA In 2017*.
- Priansa, D. J., & Suryawardani, B. (2020). Effects of E-Marketing and Social Media Marketing on E-commerce Shopping Decisions. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(1), 76–82. <https://doi.org/10.25124/jmi.v20i1.2800>
- Rionaldy, M., & Trenggana, A. F. M. (2019). Pengaruh Iklan Media Televisi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (studi Pada Bukalapak). *EProceedings of Management*, 6(1). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9038>
- Rozika, F., & Hidayat, R. (2021). *ANALISIS WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDIHOME PADA PT TELKOM KANDATEL METRO TAHUN 2021 (Studi Kasus pada Pengguna Indihome di Kota Metro) WORD OF MOUTH ANALYSIS OF INDIHOME PURCHASE DECISION AT PT TELKOM KANDATEL METRO IN 2021 (Case Stu. 7(4), 585–590*.
- Suryawardani, B., Wulandari, A., & Marcelino, D. (2021). Tourism 4.0: digital media communication on online impulse buying and e-satisfaction. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 14(1), 74–93. <https://doi.org/10.26740/bisma.v14n1.p74-93>

Artikel dan Website

- Digital, C. (2019). Creating engaging social media content Contents : *LLOYDS, BANK*, 1–4.
- Hatia Putri, A. M. (2023). No Title. *CNBC Indonesia*.
<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230207115843-128-411724/jumlah-umkm-capai-871-juta-bisa-jadi-tameng-resesi>
- Nurulliah, N. (2022, September 21). Dari 4,6 Juta UMKM di Jawa Barat, Baru 21 Persen Go Digital. *Pikiran Rakyat*, 1–2. <https://www.pikiran-rakyat.com/jawa-barat/pr-015549786/dari-46-juta-umkm-di-jawa-barat-baru-21-persen-go-digital>
- Riskita, A. (2022). *10 Ide Konten Instagram Menarik Untuk Tingkatkan Engagement*. Sirclo. <https://store.sirclo.com/blog/ide-konten-instagram-menarik/>