

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media
- Hery. (2019). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT Grasindo.
- Karim, R. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P. &. (2018). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. &. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson: Edisi 15 Global Edition.
- Priansa, D. J., & Lutfie, H. (2019). *Manajemen Bisnis Perbankan Kontemporer*. Bandung: Pustaka Setia
- Prof. Dr. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, R.A. 2019. *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Semarang. Hal. 2

Jurnal

- Alfajri, M. R., & Wardhana, A. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Tiket.Com (Survey Pada Pengguna Tiket.Com di Kota Bandung). *e-Proceeding of Management*.
- Bakhtiar, R. A. (2023). Analisis Social Media Marketing Instagram Pada Telkom Witel Makassar Sulawesi Selatan Tahun 2022 *Social Media Marketing Analysis Instagram on Telkom Witel Makassar South Sulawesi in 2022* (Vol. 9, Issue 2). <https://katadata.co.id/>,
- Fajar, M., & Saraswati, T. G. (2023). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI PREPP STUDIO JAKARTA. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 12(3), 594. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.818>
- Hidayat, Rahmat & Aisyah, I., (2021). TINJAUAN AKTIVITAS SOSIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM PADA MPONE STATIONERY DI LAMPUNG TAHUN 2021. *e-Proceeding of Applied Science*

- Hidayat, Rahmat & Febriyan Heryanto, M. (2023). Analisis Konten Social Media Marketing pada Media Sosial Instagram PT. Neuronworks Indonesia Tahun 2022 (Vol. 9, Issue 2).
- Hidayat, Rahmat, Yanis, N. S., & Lutfie, H. (2019). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Kasus Pada Elzatta Bandung Tahun 2019). *e-Proceeding of Applied Science*, Vol.5, No.3, 1.
- Ina Ratnasari, S. M. (2021). *Digital Marketing Pada Start Up dan UMKM: Praktik Melakukan Pemasaran Berbasis Digital Menuju UMKM Tangguh, Kompetitif dan Unggul di Era Revolusi Industri 4.0*. Absolute Media.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). *Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0*. *Jces* (Journal of Character Education Society, 3(3). <https://doi.org/10.31764/jces.v3i1.2799>
- Jannah, N. M. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*. Retrieved Mei 1, 2022, from OSFPREPRINTS: <https://osf.io/v9j52/>
- Lininati, E. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Food Court. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*: Vol. 2 No. 2, 97-102
- Maisyarah, A. L., & Widaningsih, S. (2022). Analisis Pengembangan Konten *Social Media Marketing* Pada Facebook Plasa Telkom Solok Tahun 2022. *eProceedings of Applied Science*, 8(5)
- Prasetyo, D.S., Fahimatul, U., & Mustaqim. (2020). *Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada Era Ecommerce & Media Sosial*. *Jurnal Pengabdian Balerang*. <https://doi.org/10.33884/jpb.v2i01.1625>.
- Repi, O. W., Lumanaw, B., & Wenas, R. S. (2020). *The Influence Of Promotional Mix, Brand Awareness And Perception Of Value On Buying Interest In Bukalapak In Faculty Of Economics And Business Students Of Sam Ratulangi Manado University*. *110 Jurnal Emba*, 110–119.

Tini Martini dan Janadi R T. Kompetensi Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) Kota Bandung dalam Menghadapi Persaingan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Jurnal Penelitian Pendidikan*. Diakses dari <https://ejournal.upi.edu/index.php/JER/article/view/9616/5926>

Ulfa Dwi Nur Kholif, S. W. (2023). *Analisis Efektivitas Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Science Center Di Kabupaten Bandung Tahun 2022)*. *eProceedings of Applied Science*, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/19831>.

Wibowo, A. C. P., & Sastika, W. (2022). *Pengembangan Konten Media Sosial Instagram Mufidah Official Tahun 2022 Content Development Of Mufidah Official Social Media Instagram In 2022*.

Widyayanti R, Evi., Nafisah. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Produk Pakaian Wanita Aris Grosir di Kabupaten Bantul). Seminar Nasional & Call

Website

M.Kom, S. (2022, Januari 25). Pemanfaatan Teknologi Dalam Perubahan Ekonomi Digital Di Tahun 2022. Retrieved from Universitas STEKOM (S1 Sistem Komputer (S.Kom): <https://sistem-komputer-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Pemanfaatan-Teknologi-Dalam-Perubahan-Ekonomi-Digital-di-Tahun-2022/1960c7cd7989e5322102ff17e247a936ff50feb6>

Pusat Perencanaan dan Pengendalian Keuangan (P3K) | Universitas Medan Area. (2022, 1 20). F5 Prediksi 4 Teknologi yang Akan Bawa Perubahan Ekonomi Digital Tahun 2022. Diambil kembali dari p3k.uma.ac.id: <https://p3k.uma.ac.id/2022/01/20/f5-prediksi-4-teknologi-yang-akan-bawa-perubahan-ekonomi-digital-tahun-2022/>

Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*.

Retrieved April 20, 2022, from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Rizaty, M. A. (2022, 8 3). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di*

Dunia. Diambil dari dataindonesia.id:

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>