

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. G. A. K. Warmayana, “Pemanfaatan *Digital Marketing* dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0,” *Pariwisata Budaya J. Ilm. Agama Dan Budaya*, vol. 3, no. 2, p. 81, 2018.
- [2] A. Ahmad and N. Nurhidaya, “Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial,” *Avant Garde*, vol. 8, no. 2, p. 134, 2020.
- [3] A. Rahmaditha, H. Lutfie, S. Widaningsih, and U. Telkom, “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Direct Marketing untuk Meningkatkan Minat Pakai Sobat Indihome PT Telkom Indonesia (Studi Kasus pada PT Telkom Witel Cirebon Tahun2021),” *e-Proceeding Appl. Sci.*, vol. 7, no. 4, pp. 502–516, 2021.
- [4] F. Amalia, A. Widyakto, and R. L. Prapti, “*Digital Marketing Strategy on Agricultural Product*,” *Econ. Bus. Solut. J.*, vol. 05, no. 01, pp. 29–45, 2021.
- [5] K. Junaidi, “Penggunaan Metode SOSTAC Pada Sistem E-Marketing Perumahan Mitra Griya Konsultan Pringsewu,” *Teknol. Terkini*, vol. 2, no. 5, pp. 1–15, 2022.
- [6] P. Prabowo and D. Damayanti, “E-Marketing Jasa Laundry Dengan Metode Sostac,” *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 4, pp. 1–6, 2021.
- [7] Z. Rifai, H. Faqih, and D. Meiliana, “Metode SOSTAC Untuk Penyusunan *Strategy Digital Marketing* pada UMKM Dalam Menghadapi Pandemi dan Pasca Pandemi,” *J. Sains dan Manaj.*, vol. 9, no. 1, pp. 1–13, 2021.
- [8] L. Tri Andy and P. Ruliana, “Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Daya Tahan dan Volume Penjualan Di Era Pandemi Covid 19,” *Ganaya J. Ilmu Sos. dan Hum.*, vol. 5, no. 1, pp. 33–44, 2022.
- [9] C. Gapila, F. Farida, R. W. Y. Putra, N. Leni, R. Ambarwati, and A. Simatupang, “Pengaruh Metode Pembelajaran Smart Terhadap Kemampuan Pemahaman Konsep Matematis Ditinjau Dari Tipe Kepribadian,” *Nabla Dewantara*, vol. 6, no. 1, pp. 46–59, 2021.
- [10] A. Laia, N. Telaumbanua, and S. W. Laia, “Penerapan Model Pelatihan Berbasis Smart,” vol. 8, no. 1, pp. 71–81, 2021.
- [11] A. Fiandi and Z. Sesmiarni, “Implementasi Standar Mutu Dan Sasaran Mutu Pada Lembaga Pendidikan,” *EduTeach J. Edukasi dan Teknol. Pembelajaran*, vol. 4, no. 1, pp. 34–40, 2023.
- [12] D. Rusyandi and R. Rachmawati, “Evaluasi Penilaian Kinerja dengan Menggunakan Metode SMART dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Kerja,” *ISEI Bus. Manag. Rev.*, vol. I, no. 2, pp. 79–87, 2017.
- [13] F. N. Rahmat, I. G. A. A. A. Putri, A. Fitrianto, and D. S. Nugroho, “Penyusunan Strategi Sosial Media Marketing Pada Kedai Libong Coffee,” vol. 4, no. 2, pp. 789–798, 2023.

- [14] M. Musnaini, S. Suherman, H. Wijiyono, and I. Indrawan, *Digital Marketing Digital Marketing*, no. September. 2016.
- [15] D. Chaffey and P. Smith, *Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing (P. R. Smith, Dave Chaffey)*. London: Fifth edition, 2017.
- [16] M. Saravanakumar and S. Lakshmi, "Social Media Marketing," *Life Sci. J.*, vol. 8, no. 6, pp. 1–4, 2012.
- [17] Bhinneka, "Bhinneka Bagikan Trik Maksimalkan Media Sosial untuk *Digital Marketing*," 2021. <https://www.bhinneka.com/blog/digital-marketing/> (accessed Aug. 19, 2023).
- [18] Pramudyatama, "10 Strategi Media Sosial Marketing Untuk Bisnis Berskala Kecil," 2022.
- [19] R. Damayanti, "Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram," *J. Widyaloka Ikip Widya Darma*, vol. 5, no. 3, pp. 261–278, 2018.
- [20] M. Mustofa, "Peran Hashtag (#) Dalam Media Sosial Sebagai Upaya Branding Pustakawan," *Libraria*, vol. 7, no. 1, pp. 19–38, 2019.
- [21] H. Prasetiawan, "Cyber Counseling Assisted With Facebook To Reduce Online Game Addiction," *J. Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan. dan Konseling*, vol. 6, no. 1, p. 28, 2016.
- [22] L. Linda and S. Lai, "Facebook Lessons for E-Business Startups," *World Acad. Sci. Eng. Technol.* 60 2011, pp. 774–778, 2012.
- [23] R. Priatama, I. H. Ramadhan, A.- Zuhaida, A. Akalili, and F. Kulau, "Analisis Teknik *Digital Marketing* pada aplikasi TikTok," *SOCIA J. Ilmu-Ilmu Sos.*, vol. 18, no. 1, pp. 49–60, 2021.
- [24] C. B. Dewa and L. A. Safitri, "Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)," *Khasanah Ilmu - J. Pariwisata Dan Budaya*, vol. 12, no. 1, pp. 65–71, 2021.
- [25] L. Vaccari, M. Posada, M. Boyd, and M. Santoro, "Apis for eu governments: A landscape *Analysis* on policy instruments, standards, strategies and best practices," *Data*, vol. 6, no. 6, pp. 1–20, 2021.
- [26] P. Smith, *SOSTAC PR Smith's Guide To Your Perfect Digital Marketing Plan V6.0 PR Smith*. London: PR Smith, 2014.
- [27] W. I. Halawa and T. W. S. Panjaitan, "Penetapan Startegi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT pada Wheels and Brakes Cafe Surabaya," *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 154–165, 2021.
- [28] P. Kotler and G. Asrmstrong, *Principles of Marketing Global Edtion (Philip Kotler Gary Armstrong)*, vol. 6, no. August. London: Pearson Education Limited, 2021.

- [29] P. Kotler, K. L. Keller, M. Brady, M. Goodman, and T. Hansen, *Marketing management 4th European edition*. London: Pearson Education, 2019.
- [30] N. Eyal and R. Hoover, *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*, no. Mi. London: Penguin Group, 2014.
- [31] A. Anggarini, D. A. N. Bangun, and I. Saripudin, "Alternatif Model Penyusunan Mood Board Sebagai Metode Berfikir Kreatif Dalam Pengembangan Konsep Visual," *J. Print. Packag. Technol.*, vol. 1, pp. 1–7, 2020.
- [32] Z. Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press, 2021.
- [33] S. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [34] A. P. Nurjanah and G. Anggraini, "Metode Bercerita Untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara Pada Anak Usia 5-6 Tahun," *Ilm. Potensi*, vol. 5, no. 1, pp. 1–7, 2020.
- [35] D. R. Indika and C. Jovita, "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen," *J. Bisnis Terap.*, vol. 1, no. 01, pp. 25–32, 2017.
- [36] A. M. Putra, "Penggunaan Media Sosial Facebook, Twitter Dan Youtube Untuk Membangun Consumer Brand Relationship Oleh Merek-Merek Di Indonesia," *J. Stud. Manaj. dan Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 37–49, 2021.
- [37] F. E. Setianingsih and F. Aziz, "Pengaruh Media Sosial Marketing TikTok Terhadap Minat Beli Online di Shopee," *J. Adm. Bisnis*, vol. 11, no. 2, pp. 25–34, 2022.