

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, W. Y., Pandian, A. P., Cindy, M. R., Billa, E. J., Firmansyah, M. R., & Anggraini, D. S. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Sumedang: Mega Press Nusantara.
- Alisa, H. S., & Aprilina, R. (2024). Pengaruh Content Marketing Dalam Optimalisasi Costumer Engagement. *e-Proceeding of Applied Science*, 723.
- Amrita, N. D., Mandiyasa, I. K., Suryawan, T. G., Handayani, M. M., Nugroho, M. a., Puspitarini, E. W., . . . Munizu, M. (2024). *Digital Marketing: Teori, Implementasi dan Masa Depan Digital Marketing*. Yogyakarta: Green Pustaka Indonesia.
- Anggara, F. (2023). Analisis Efektifitas Penggunaan Iklan Melalui Meta Ads dan Google Ads pada UMKM Fashionlabs.id. (Indrawati, Ed.) *Telkom University*.
- Arifin, S. (2020). *Strategi Menjual Dengan Pendekatan Personal*. Yogyakarta: Salma Idea.
- Barao, V., Coata, R., Shibli, J., Bertolini, M., & Souza, J. (2022). Analisis Konten Marketing Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Bittersweet. *Braz Den Braz Dent*, 1-12.
- Calhoun, G. (2020). *Price and Value A Guide To Equity Market Valuation Metrics*. New Jersey: Apress.
- Campbell, K. (2023). *E-Commerce Growth Strategy*. New York: Kogan Page.
- Dharmawan, A., & Yunani, A. (2023). Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Erigo di Kota Bandung). (A. Yunani, Ed.)

- Felice, F. D., & Petrillo, A. (2024). *Digital Effects, Strategies, and Industry 5.0*. Florida: CRC Press.
- Ghaida, S. A., & Yusiani, R. (2022). ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SMB TELKOM MENGGUNAKAN EPIC MODEL DAN DIRECT RATING METHOD TAHUN 2022. *Universitas Telkom, D3 Manajemen Pemasaran*.
- Goenawan, A. K. (2022). *PAKAR Marketing Framework: 3 Langkah Membangun Bisnis yang Stabil dan Tumbuh Cepat Tanpa Bakar Duit Menggunakan Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Elex media komputindo.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles Of Marketing* . Pearson UK.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2023). *Marketing 6.0: The Future Is Immersive*. Hoboken: Wiley.
- Marpaung, H. L., & Widaningsih, S. (2020). ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM MENGGUNAKAN METODE CRI (Customer Response Index) PADA SUNNY SIDE COFFEE. (S. Widaningsih, Ed.)
- Miranda, E. A. (2021). Efektivitas Iklan Finewale pada Media Sosial Instagram di Kota Bandung Tahun 2021. *Universitas Telkom, Bandung*.

- Murdana, T. T., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness pada PT.DEALPRO Indonesia Bandung 2019. *e-Proceeding of Applied Science*, V, 847.
- Nabila, D. E., & O, Z. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nuraeni, S. D., & Suryawadani, B. (2017). Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada PT.Niion Indonesia Utama Tahun 2017.
- Nurdin, Ismail, & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*.
- Pratiwi, D. E. (2020). EFEKTIVITAS IKLAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER RESPONSE INDEX (STUDI KASUS PADA AVANA ID TAHUN 2020). *Telkom University*.
- Priansa, D. j., & Surawardani, B. (2020). Effects of E-Marketing and Social Media Marketing on E-commerce. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20 (1), 76-82.
- Rainer, P. (2023, July 24). *goodstats*. Retrieved from data.goodstats.id: <https://data.goodstats.id/statistic/screen-time-ponsel-warga-indonesia-tertinggi-sedunia-RypaM>
- Sarkar, A. (2024). *How To Sell Anything Online*. Great Britain: Wiley.
- Silalahi, P. R., & Chairina. (2023). *EKONOMI DIGITAL: Perkembangan Bisnis Digital, Pemasaran Digital, Ecommerc, Fintech Berbasis Syariah dan Homoislamicus dalam perilaku konsumen*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Sudarsono, H. (2022). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jember: CV.PUSTAKA ABADI.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Suhandang, K. (2023). *Periklanan Manajemen Kiat dan Strategi*. Bandung: Nuansa Cendikia.

Sumiyati, & Yatimatun, N. (2021). *Akuntansi Keuangan SMK/MAK Kelas XI*. Jakarta: Gramedia.

Thariq, M. (2021). *Periklanan & Manajemen Media*. Medan: Umsu Press.

Tracy L, T. (2020). *Social Media Marketing*. Great Britain: Sage Publication.

Turner, G. (2019). *Content Marketing*. Florida: E.C Publishing.