

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Didin Hadi Saputra, d. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.

Fandy Tjiptono, A. D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi 2020.

Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV.Penerbit Qiara Media.

Francis Buttle, S. M. (2019). *Customer Relationship Management*. London: Routledge.

Irfan Ardiansyah, A. M. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai*. Bandung: CV CENDEKIA PRESS.

Philip Kotler, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta.

**Jurnal :**

- Chan JF, Y. S. (2020). A Familiar Cluster of Pneumonia Associated With the 2019 Novel Coronavirus Indicating Person to Person Transmission : a study of a family . *Lancet*.
- Ari Prabowo, T. R. (2023). Peran Enterpreneurial Orientation dan Social Media Marketing Terhadap Peningkatan Strategi Bersaing (UMKM) Coffe Shop Pada Era Modern Customer Di Kota Medan. *Menara Ekonomi*.
- Cheung, L. (2020). The influence of perceived social media marketing elements on consumer–brand engagement and brand knowledge. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Danirjito, A. (2022). STRUKTUR PASAR INDUSTRI KONSTRUKSI DI INDONESIA TAHUN 2018-2021. *JURNALKU*.
- Diharpi Herli Setyowati, A. S. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pangsa Pasar Industri Keuangan Syariah Non-Bank, . *Jurnal Iqtisaduna*.
- Ekonomika, I. (2019). Pengaruh Social Media Marketing, Word of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nwansa Coffee. *Jurnal Ikhraith Ekonomika*.
- Femi Oktaviani, D. R. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awereness. *Jurnal Profesi Humas*.
- Firdiansyah, A. (2022). Memahami Social Media Marketing, dari Pengertian Sampai Strateginya.
- Hidayat, A. R. (2020). Analisis Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *Universitas Islam Indonesia*.
- Jacobson, d. (2020). Social Media Marketing: Who is Watching the Watchers? *Journal of Retailing and Consumer Services*.

- Joesyiana, K. (2018). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU,. *Jurnal Valuta*.
- Khoirina Kencana Ningrum, R. R. (2021). The Influence Of Social Media Marketing Activities On Consumer Engagement And Brand Knowledge In The Culinary Business In Indonesia. *International Journal of Research In Business and Social Science*.
- M.Sanjaya. (2021). ANALISIS PANGSA PASAR TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM MEKAR INDAH DI PEKON WAY JAHA KABUPATEN TANGGAMUS TAHUN 2020,. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Narayya Narottama, N. E. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar,. *Jurnal JUMPA*.
- Oktriyanto. (2021). Effects of Social Media Marketing Activities Toward Purchase Intention Healthy Food in Indonesia, . *Journal of Computer and Mathematics Education*.
- Pandey N, N. K. (2018). Factors Affecting B2B E-Commerce Adoption Decision: an Analysis of Indian Textile Industry. *Academy of Marketing Studies Journal*.
- Rimadias, S. (2021). Using TikTok in Social Media Marketing to Create Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty on Tourism Sector in Indonesia, The Winners.
- Sari.S.N.I, H. (2020). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikolog*.

Siswanto, M. (2020). Pengaruh brand awareness dan word of mouth terhadap keputusan pembelian ayam geprek pada Preksu di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.

Soumia Ait Lamakkadem, S. O. (2021). Towards creating an effective customer brand engagement through social media marketing: A model proposal. *International Journal of Business and Management Invention*.

**Website :**

Ahdia, A. (2022, Desember 01). *Ini Jenis Media yang Paling Banyak Menyedot Perhatian Konsumen*. From Databoks:  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/01/ini-jenis-media-yang-paling-banyak-menyedot-perhatian-konsumen>

Annur, C. M. (2023, November 28). *Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke 4 di Dunia*. From Databoks:  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia>

Social, W. a. (2023, Oktober 19). *Digital 2023*. From We are Social:  
<https://wearesocial.com/id/blog/2023/10/digital-2023-october-global-statshot-report/>

Sproutsocial. (2024, Februari 08). *50+ Statistik Pemasaran Media Sosial yang Harus Diketahui pada Tahun 2024*. From Sproutsocial:  
<https://sproutsocial.com/insights/social-media-statistics/>