

DAFTAR PUSTAKA

Book Section:

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing Excellence, 5th (5th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*. (5th Edition). Routledge.
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing Third Edition (3th ed.)*. Routledge.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Fifth Edition)*. SAGE Publication, Inc.
- Ellis-Chadwick, F. and Chaffey, D., 2012. *Digital marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson.
- Gupta, R., & Madan, S. (2023). Digital Marketing The Science and Magic of Digital Marketing Can Help You Become a Successful Marketing Professional (Connel, Ed.).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management (16th ed.)*. (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Keller, K.L. and Ang, S.H., 2018. *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson.

Jurnal:

- Agus Setiawan, E., & Fadhilah, M. (2023). Strategis Promosi Digital Marketing Pada Distributor Keramik Di Yogyakarta. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 2(4), 287–292.
- Auliani, R., 2020. Peran bank sampah induk dalam pengelolaan sampah Kota Medan. *Jurnal Abdidas*, 1(5), pp.330-338.
- Ayutrisula, A.F. and Fanani, A., 2020. *Customer Profiling* dengan Menggunakan Metode K-Means Euclidean Distance di BPJS Ketenagakerjaan Tanjung Perak. *J. Mhs. Mat. Algebr*, 1(1), pp.157-168.

- Dan, C., Duy Tam, N., & Author, C. (2023). *Digital marketing strategy of Vietnamese electronics supermarkets: The case of Dien May Xanh*. In *Int. j. adv. multidisc. res. stud (Vol. 3, Issue 1)*. www.multiresearchjournal.com
- Djubair, R. A. (2022). Relationship of AIDA Model towards Data Analytics Capabilities, Marketing Strategies and Digital Marketing Performance on Small and Medium Enterprises (SMEs). *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE AND EDUCATION RESEARCH STUDIES*, 02(10). <https://doi.org/10.55677/ijssers/V02I10Y2022-07>
- Gautama, V.A., 2022. User Generated Content pada Tiktok dan Penggunaannya di Kalangan Muda (Vivin Arbianti Gautama) User Generated Content pada Tiktok dan Penggunaannya di Kalangan Muda. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), pp.1-13.
- Handaruwati, I. and Dewi, A.M., 2023. PEMANFAATAN MICRO INFLUENCER SEBAGAI PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM MEMILIH KULINER KAKI LIMA. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 6(2), pp.138-146.
- Hutanti Setyodewi, R., & Hafizh Imani, K. (2023). PEMASARAN DIGITAL BERBASIS METODE SOSTAC UNTUK KEBERLANGSUNGAN BISNIS TRADISIONAL. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen (Vol. 3, Issue 5)*.
- Kistari, F.A. and Marlina, N., 2022. Analisis SWOT sebagai Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Sentra UKM Telur Asin Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), pp.14595-14605.
- Maidasari, E., Narundana, V.T. and Lolyana, R., 2021. Pengaruh Promosi...(Evi Maidasari-Vonny-Rina) Pengaruh Promosi Video Marketing Dan Kesadaran Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Yamaha.
- Pramusinto, W., Waluyo, S., & Susanti, I. (2021). *JAM-TEKNO Pemanfaatan Digital Marketing Pada Bank Sampah PCH*. 2(2), 32–37. <http://jurnal.iaii.or.id/index.php/JAMTEKNO>
- Putra, I.G.N.A.B., 2017. Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan keunggulan pada UD. Kacang Sari di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), pp.397-406.

- Putri, C.E., 2022. Implementasi Social Media Optimization (SMO) Bagi Perusahaan Swasta di Jakarta. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 2(2), pp.42-50.
- Renova, A., Idrus, A. and Suratno, S., 2022. Linktree Sebagai Multimedia Pembelajaran Online Dalam Pemahaman Konsep Sistem Persamaan Linear Dua Variabel (Spldv). *Jurnal Ilmiah Bina Edukasi*, 15(2), pp.101-115.
- Rusnali, A.N.A., Misbah, H.S., Asdar, A. and Rahman, L., 2021. Penggunaan User Generated Content (UGC) Tiktok dalam Dunia Kesehatan. *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan*, 7(2), pp.49-56.
- Wahyuningsih, S., Widiati, B., Melinda, T. and Abdullah, T., 2023. Sosialisasi Pemilahan Sampah Organik dan Non-Organik Serta Pengadaan Tempat Sampah Organik dan Non-Organik. *DEDIKASI SAINTEK Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), pp.7-15.
- Widyadhana, A.J., 2023. Analisis Pengaruh Makro Influencer Dan Mikro Influencer Dalam Kol (Key Opinion Leader) Marketing Terhadap Brand Awareness Skintific. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2(4), pp.62-75.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y.M. and Farla, W., 2021. Pembuatan content marketing sebagai strategi menumbuhkan brand awareness bagi pelaku usaha di era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), pp.89-96.

Website:

- Geysler, W. (2023, March 21). How To Track Instagram Follower Growth [+FREE FOLLOWER TRACKER]. <https://influencermarketinghub.com/how-to-track-instagram-follower-growth/>