

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwisastra, M. F. (2020). Pengukuran kesenjangan digital menggunakan metode deskriptif berbasis website. *Jurnal Sains dan Manajemen*, 85.
- Afif, M. S. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Di Toko Buku La Tansa Gontor). *Journal of Islamic Economics (JoIE)*.
- Elmas, M. S. (2018). Pengaruh Dimensi Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 40-41.
- Harahap, W. R. (2021). Penerapan strategi promosi perpustakaan. . *IPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 6(1), 103-116.
- Herdiyani, S. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 107.
- Marbun, M. B. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 716-727.
- Martowinangun, K. L. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 140.
- Nurdyansa, N. &. (2023). Persepsi Pengguna Dan Dampak Media Sosial Dalam Meningkatkan Efektivitas Kampanye Pemasaran Dan Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Toko Online Difastore Makasar). *Journal of Communication Research*, 38-46.
- Pawitri, N. E. (2019). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Mobilio (Survei Pada Pengguna Honda Mobilio Di Karawang). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 34-41.
- Permatasari, E. L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 469-478.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18-29.
- Rosmalia, A. (2023, february 28). 7 Jenis Konten Media Sosial Berdasarkan Tujuannya. *Argia Academy*.

- Solehatin Ika Putri, F. P. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Optimalisasi Pemasaran Desa Wisata. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 3139-3147.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. *Alfabeta*.
- Yunita, L. D. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 14-24.