

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruq, A. N. (2020). Pengaruh *Instagram* Ads (Advertising) Dalam Membangun Brand Awareness Clothing Line HEBE (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Dave Chaffey, F. E.-C. (2016). *DIGITAL MARKETING STRATEGY, IMPLEMENTATION AND PRACTICE*. In Pearson Edution Limited.
- Dedy Purwana ES, Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) E-ISSN: 2580-4332 Vol. 1 No. 1 Juli 2017
- Dima, C. C., Rahayu, E., & Par, M. (2021). Transisi Komunikasi Pemasaran Sales & Marketing Dari Offline Ke Online Untuk Brosur Promosi Fasilitas Hotel Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Semarang. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendiu/article/view/8665>
- Firmansyah, Y., & Oktaviani, F. (2018). Strategi komunikasi komunitas pungklung dalam membangun citra positif di masyarakat. *JURNAL SIGNAL*, Vol.6, No. 2. Cirebon.
- Gunawan, C., & Septianie, I. (2021). The Effect of Trust and Risk Perceptions Using ECommerce on Consumer Purchase Intentions. *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 1(3), 239–247.
- Ichsan, I., & Ali, A. (2020). Metode Pengumpulan Data Penelitian Musik Berbasis Observasi Auditif. *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, 2(2), 85-93.
- (Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970-1978.
- Irawan, D., & Nastasya, R. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Prilaku Keagamaan Peserta Didik. *Pengertian: Jurnal Pendidikan Indonesia (PJPI)*, 1(1), 39-48.
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 119–138. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15 th edition. Pearson Education, Inc.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang): *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8, No.1
- Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).
- Nadya, N. (2016). Peran digital marketing dalam eksistensi bisnis kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 133-144.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.

- Riki, R., Kremer, H., Suratman, S., Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto, H. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 98-105.
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping *Instagram* Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada 51Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442-452.
- Siregar, A. O. B., & Zuliestiana, D. A. (2023). Efektivitas Penerapan Strategi Digital Marketing Terhadap UMKM Di Tasikmalaya Pada Masa PPKM. *eProceedings of Management*, 10(2). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/19841/19209>
- Sodyqoh, A. (2023). Penerapan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Orbit di Telkom Purworejo.
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui *Instagram* (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun *Instagram @Bandungmakuta*). *Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Branding Pada Umkm Tempe Mbah Mul Di Desa Purwotani. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(8), 5949-5956.
- Vermaat, M., Sebok, S. L., Freund, S. M., Campbell, J. T., & Freydenberg, M. (2018). *Discovering Computer 2018 (Digital Technology, Data, and Devices)*. Boston: Cengage Learning.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1 (5).
- Yudatara, E. (2023). *PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE DI KEDAI MANE KOPI* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).