

REFERENSI

Jurnal

- Komala, R. D., & Nellyaningsih. (2017). Tinjauan Implementasi Personal Selling Pada Pt. Astra Internasional Daihatsu Astra Biz Center Bandung Pada Tahun 2017. *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom*, 3(2), 330–337.
- Imron, Imron. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Mahreiz, A. N., & Sastika, W. (2020). Tinjauan Sosial Media Marketing Melalui Instagram Pada Brand This! by Alifah Ratu Oleh CV. Fandi Universal Tahun 2020. *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 2844–2857.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23–38. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Zahra, R., & Rina, N. (2018). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER HAMIDAH RACHMAYANTI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP MAYOUTFIT DI KOTA BANDUNG. *JURNAL LONTAR VOL. 6 NO 1 JANUARI-JUNI 2018*, 43-57, 6(1), 43–57.
- Limandono, J. A. D. D. (2018). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Herman, L. E., & Athar, H. S. (2018). Pengembangan Model Social Media Marketing dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual. *JIKA*, 5(2), 147–155. <https://doi.org/10.31294/kom.v5i2.4688>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>

- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @ Subur _ Batik). *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Geralda, M., & Kasih, J. (2020). Implementasi Digital Marketing pada Sosial Media dan Website Bimbel Media Bandung. *Jurnal Strategi*, 2, 38.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3, 80.
- Pradiani, T., Penjualan, V., & Malang, S. (2017). TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN HASIL. *JIBEKA*, 11, 53.
- Keuangan, A. (2016). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PADA BANK NAGARI CABANG MUARALABUH Doni Marlius. *Jurmak*, Vol.03, 03, 12–22.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR). *Jurnal EKSEKUTIF*, 15(1), 133–146.
- Penelitian, L., Nasution, A., & Analisis, S. (2017). Jurnal Riset Sains Manajemen. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1, 1–12.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>

Website <https://wearesocial.com/digital->

2020 www.kominfo.go.id

www.databoks.katadata.co.id/datapublish