

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku :

- Arianto. (2021). *KOMUNIKASI PEMASARAN: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Chakti, G. (2019). *The Book of Digital Marketing : Buku Pemasaran Digital*. Jakarta: Celebes Media Perksa.
- Deni, A. (2023). *MANAJEMEN BISNIS DALAM INDUSTRI 5.0*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Elton Rilo, I. K. (2021). Efektivitas Penerapan Iklan Digital pada Era Marketing 4.0 di Hotel Grand Mirage Resort Bali. *Bisnis Hospitality*, 81.
- Fatma Nur, M. A. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Yogyakarta: Nas Media Pustaka.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Jakarta: Penerbit Qiara Media .
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan ( Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method )*. Kuningan: Hidayatul Quran.
- Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Kotler Philip, H. K. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Maryama, H. P. (2021). Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning dalam Membentuk Brand Image Kafe Pan Java. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 134.
- Misnawati, C. S. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII\_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *JURNAL INOVASI*, 33.
- Pasaribu, B. K. (2021). *PEMASARAN KONTEMPORER*. Bandung: Penerbit Widina.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Putri Eka Putri, A. S. (2021). *BRAND MARKETING*. Bandung: Penerbit Widina.
- Simamora, B. (2023). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

- Smith, P. R. (2020). *Emarketing Excellence : Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Routledge.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, A. D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.

**Jurnal :**

- Aryani, D. M. (2022). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA A.D.A SOUVENIR PROJECT. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 468.
- Athfal Muhammad, S. W. (2022). Perancangan Strategi Digital Marketing pada Produk Bumbu Instan Noeya Menggunakan Metode SOSTAC. *Media Ilmiah Teknik Industri*, 143.
- Faustina, D. E. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Grosir. *Manajemen, EKonomi, Akuntansi, Bisnis Digital dan Kewirausahaan (MEKANISDA)*, 32.
- Keyri Eleison Grantino Wongkar, B. L. (2023). PENGARUH VIRAL MARKETING, FOOD QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOKUMI MANADO. *Jurnal EMBA*, 433.
- Khotimah, J. (2021). Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Sukoharjo. *Jurnal Manajemen*.
- Kurniawan, F. A. (2013). PEMANFAATAN EDUCATION HOTEL (Edotel) SEBAGAI SUMBER BELAJAR SISWA PROGRAM KOMPETENSI KEAHLIAN AKOMODASI PERHOTELAN DI SMK NEGERI 4 YOGYAKARTA. *Teknik Boga*, 12.
- Misnawati, C. S. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII\_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *Jurnal Inovasi*, 33.
- Pradika Muthiya Shafa, J. H. (2020). PENGARUH HARGA, ULASAN PRODUK, DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM BERBELANJA ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). *Ilmu Ekonomi*, 6.
- Rudeva Juniawaty, I. S. (2023). The Role of Digital Marketing in Increasing MSME Income Peran

- Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM . *Journal of Social Studies*, 82.
- Sastika, M. F. (2023). Perancangan Content Marketing Di Media Sosial Instagram Prodi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Telkom Tahun 2023. *e-Proceeding of Applied Science*, 2969.
- Setiadi, A. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *AMIK BSI Karawang*, 1.
- Sjawal, d. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen
- Stella Natalia Amelia Kalalo, S. M. (2022). PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI CAMP JAMES REMBOKEN. *Jurnal EMBA*, 384.
- YULIANTI, N. (2023). PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA JASA PEMBUATAN SPANDUK SURYA PRINTING LAMPUNG). *Ekonomi dan Bisnis*, 12.

**Website :**

<https://www.bola.com/ragam/read/5058501/pengertian-teknologi-menurut-para-ahli-ketahuimanfaat-dan-jenis-jenisnya?page=2> (Di Akses pada 5 November 2023)

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220921131159-37-373856/mengenal-apa-itu-internet-sejarah-perkembangan-manfaatnya#:~:text=1.,dunia%20melalui%20telepon%20atau%20satelit.> (Di Akses pada 4 Desember 2023)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023> (Di Akses pada 14 Januari 2024)

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html> (Di Akses pada 5 februari 2023)

<https://goodstats.id/article/daftar-platform-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-2023-facebook-juaranya-BHY8q> (Di Akses pada 1 Maret 2024)

<https://katadata.co.id/berita/nasional/624689b762261/pengertian-penelitian-deskriptif-ciri-ciri-jenis-dan-pelaksanaannya> (Di Akses pada 5 Maret 2024)

<https://penerbitdepublish.com/populasi-dan-sampel/> (Di Akses pada 16 Mei 2024)

<https://dqlab.id/teknik-triangulasi-dalam-pengolahan-data-kualitatif> (Di Akses pada 5 Juni 2024)

<https://konsultaskripsi.com/2019/06/20/pengujian-transferability-skripsi-dan-tesis/> (Di Akses pada 7 Juni 2024)