

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. N. (2024). *Efektifitas strategi pemasaran digital melalui media sosial studi pada akun instagram mikhayla_shop. 7*, 39–55.
- Aldiansyah, F. (2023). *Aktivitas Pengawasan Industri Dalam Departemen Digital Marketing Kompas Gramedia Group (Kompas TV).*".
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Audina, F., Sahrina, Harahap, N. R., & Aulia, P. (2023). Analisis Tutar Kata Anggota Stand Up Komedi : Kajian Pragmatik. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 3(November), 67–78.
<http://jurnal.stokbinaguna.ac.id/index.php/JURDIP/article/view/2083>
- A. Wulandari, B. Suryawardani and D. Marcelino, "Social Media Technology Adoption for Improving MSMEs Performance in Bandung: a Technology-Organization-Environment (TOE) Framework," 2020 8th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM), Pangkal, Indonesia, 2020, pp. 1-7, doi: 10.1109/CITSM50537.2020.9268803.
- Bahri, A. N. (2021). Judul : Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Republikaonline Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Generasi Milenial Muslim . : Andini Nur Bahri NIP. *FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI PROGRAM KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM ANDINI*. <http://repository.uinsu.ac.id/12286/>
- Hakim, I., Aprilina, R., & Disastra, G. (2024). *Perancangan Strategi Pemasaran*

Pada Media Sosial Instagram Eiger Store Padang Tahun 2024. 10(5).

Haryani, D. S., & Fauzar, S. (2021). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Umkm Chacha Flowers. *Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 4(1), 12–20.
<https://doi.org/10.52624/manajerial.v4i1.2227>

Heriyanto, F. A., Aprilina, R., & Hidayat, R. (2024). Perancangan Content Marketing Media Sosial Zaed Dimsum Untuk Meningkatkan Brand Awareness 2024. *E-Proceeding of Applied Science*, 10(5), 1108–1112.

Lee, W. C., & Aulia, S. (2023). Analisis Digital Marketing Media Sosial Instagram Dare Photobooth. *Prologia*, 7(2), 263–268.
<https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.21349>

Nisaka, A. N., Mutikasari, A., & Aprilina, R. (2024). Implementasi Manajemen Konten Pemasaran Pada Akun Media Sosial Instagram @ Official . Smkrespati Tahun. 10(5), 1055–1061.

Noor, S. M., & Suryawardani, B. (2023). Analisis Social Media Marketing CV Aifie One Pada Akun Instagram @ aifie _ one Tahun 2023. 9(6), 2848–2854.

Poetra, R. R., & Christantyawati, N. (2017). Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(1), 22–36.
<https://doi.org/10.25139/jkp.v1i1.170>

Priansa, D. J., & Suryawardani, B. (2020). Effects of E-Marketing and Social Media Marketing on E-commerce Shopping Decisions. *Jurnal Manajemen*

Indonesia, 20(1), 76–82. <https://doi.org/10.25124/jmi.v20i1.2800>

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>

Ramadan, A., & Fatchiya, A. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam.” *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64–84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>

Ramadhani, A. N., & Utami, F. N. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth Melalui Tiktok terhadap Minat Beli Skincare Lokal Avoskin di Tiktok Shop dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Intervening. *E-Proceeding of Management*, 11(1), 984–993.

Regonang, S. M., Alfansi, P. L., & Putri, S. E. (2020). ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVQUAL, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN POTENTIAL GAIN CUSTOMER VALUE (PGCV) PADA WEBSITE PT.POS INDONESIA Safura. *Manager Review*, 13–15.

Sakina, F., & Aslami, N. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Terhadap Brand Equity. *Journal of Social Research*, 1(3), 178–184. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i3.36>

Salomo, A., Wibowo, S., & Suryawardani, B. (2024). Memetakan & Menerapkan Pengembangan Konten Pemasaran Untuk Menarik Minat Beli (Studi Pada @ Gudieparfumbdg Tahun 2024). 10(5), 1085–1089.

- Setiawan, M. R., & Purwanto, E. (2024). Penerapan digital marketing pada sosial media terhadap strategi komunikasi pemasaran produk jasa pada Supoyo Consultant. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v12i1.18186>
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Buku Metode Penelitian Komunikasi.pdf.crdownload* (pp. 1–718). CV ALFABETA.
- Suryawardani, B., Marcelino, D., Wulandari, A., & Prawita, N. (2025). *Digital Capability , Promotion Strategy and AR-Based Social Media for Indonesian Businesswomen in West Java*. 21(01), 91–101.
- Untari, D., Fajariana, D. E., & Ridwan, M. (2019). Preparing the Asean Economic Community (Mea) With the Development Strategy of Small and Medium Enterprises (Umk) To Get Business Credit in Kelurahan Cibaduyut Bandung. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(03), 215–224. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i03.587>
- Utari, P. R. D., & Hanifa, F. H. (2022). Analisis Dan Pengembangan Konten Marketing Pada Akun Instagram Rsi Frozen Food Tahun 2022. *E-Proceeding of Applied Science*, 8(5), 357–362.