

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24–32.
- Anak, Koalisi Nasional Penghapusan Eksploitasi Seksual Komersial. 2008. “Eksploitasi Seksual Komersial Anak Di Indonesia.” *Medan, Restu Printing Indonesia*, hal.57 21(1): 33–54. doi:10.21831/hum.v21i1.
- Anonim. 2024. “How To Promote a Tweet: Expanding Visibility and Reach on X.” *tweetdelete*. https://tweetdelete-net.translate.google.com/resources/how-to-promote-a-tweet-expanding-visibility-and-reach-on-x/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=rq.
- Ayu, D., Novyanti, C., & Christin, M. (2025). *Pengaruh Context , Communication , Collaboration dan Connection terhadap Customer Engagement GWK Cultural Park Bali (Studi pada Instagram @gwkbali)*. 9(1), 172–180.
- Ayu Setianingtyas, Eka Indah Nurlaili. 2020. “Analisis Social Media Marketing Dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto Ayu Setianingtyas (1) Eka Indah Nurlaili (2).” *Jurnal Manajemen Bisnis* 17(2): 207–23.
- Didy, Irene. 2024a. “Apa Itu Marketing? Pelajari Jenis, Skill, Dan Jenjang Kariernya.”
- Didy, Irene. 2024b. “Memahami Social Media Marketing, Dari Pengertian Sampai Strateginya.” *Glints*. <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu->

social-media- marketing/.

Dr. Nikous Soter Sihombing, S.T, S. K. M. . (2022). *PEMASARAN DIGITAL* (p. 330).

Hartini, Wardhana, A., N., N., & Sulaiman, S. (2022). Peran self-efficacy dalam meningkatkan minat berwirausaha women entrepreneur yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 2(18), 132–148.

Ilmalhaq, A., Pradana, M., & Rubiyanti, N. (2024). Sustainable Consumption on Marketing Concept: A Bibliometric Analysis (2003-2023). *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(9), 3595–3601.

Indarto, I., & Santoso, D. (2020). Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.

JASMINE, K. (2014). In *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*.

Khairunisa, A. N., & Misidawati, D. N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 184–190.

Nathania, Raissa. 2024. “16 Strategi Pemasaran Terbaik Yang Dapat Dimanfaatkan Oleh Marketer.” *Glints*. [https://glints.com/id/lowongan/strategi-pemasaran-untuk-bisnis-perusahaan/#:~:text=Apa Itu Strategi Pemasaran?,pekerjaan terbaik untuk meningkatkan penjualan](https://glints.com/id/lowongan/strategi-pemasaran-untuk-bisnis-perusahaan/#:~:text=Apa%20Itu%20Strategi%20Pemasaran%3F,pekerjaan%20terbaik%20untuk%20meningkatkan%20penjualan).

Nurazizah, R., Saputri, M. E., Rubiyanti, N., Kartawinata, B. R., & Wijaksana, T. I. (2023). *The Effect of TikTok Social Media Marketing on Impulsive Purchases of Fashion Products in the Shopee Affiliate Campaign with Hedonic Shopping Motivation as the Intervening*

Variable. 1–12.

- Pandawangi.S. 2021. “Metodologi Penelitian.” *Journal information* 4: 1–5.
- Prasetyo, Alfian Singgih. 2021. “Pengaruh Pemasaran Sosial Media Instagram Dan Electronik Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Produk Fesyen Muslim Sabhira.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951– 952. 3(1): 10–27.
- Pringgabayu, D., Disman, D., & Rofaida, R. (2024). Decoding Virtual Employee Engagement: A Bibliometric Analysis. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1067.
- Putri Kinanti, Syafira, and Berlian Primadani Satria Putri. 2017. “Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic.” *Jurnal Komunikasi* 9(1): 53–64.
- Rahmalia, N. (2023). *Pentingkah Beli Followers IG untuk Bisnis? Ini Jawabannya*. PAPER.
- Riyanto, F., & Jamaaluddin, J. (2018). Peran Pengusaha Startup dalam Rangka Memajukan. *Annual Applied Science and Engineering Conference (AASEC)*, Aasec, 1–5.
- Situmorang, James R. 2012. “Pemasaran Pada Era Globalisasi.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 8(2): 106–16.
- Situmorang, Syafrizal Helmi, Hardi Mulyono, and Lailan Tawila Berampu. 2018. “Peran Dan Manfaat Sosial Media Marketing Bagi Usaha Kecil.” *Asian Journal Of Entrepreneurship and Family Business* 1(2): 77–84.
- Suhairi, S., Ritonga, A. I., Pohan, R. A. R., & Siregar, A. R. (2023). Analisis Pentingnya Strategi dan Program Pemasaran Global di Era 5.0. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2577–2583.
- Suryani, Ita, Horidatul Bakiyah, Marifatul Isnaeni, and Cara Sitasi. 2018b. “Strategi Public Relations Pt Honda Megatama Kapuk Customer

- Relations.” *eJournal* 9(9): 1–9.
- Tampubolon, Manotar. 2023. “Metode Penelitian Metode Penelitian.” *Metode Penelitian Kualitatif* 3(17): 43.
- Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DAN LOYALITAS MEREK PADA AKUN INSTAGRAM TOKOPEDIA under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 license CORE View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk provided by Electronic Journal Fakultas Ekonomi UNIA (Universitas Islam Attahiriyah). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198.
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2, 1–8.