

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Rahman, S., Ode, H., & korespondensi, P. (2024). *Pengembangan dan pemasaran produk olahan rumput laut Kappaphycus alvarezii hasil budidaya di Desa Jayabakti, Kabupaten Banggai*. 8, 3815–3824.
- Ajeng, L., Wardani, K., Habibullah Aminy, M., & Rosalina, K. (2023). ANALISIS PENTINGNYA LABELISASI HALAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK INKUBATOR BISNIS UNIVERSITAS ISLAM AL-AZHAR MATARAM. In *Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 9, Issue 2).
- Andriani, A. D., & Kamaruddin, S. A. (n.d.). PEMASARAN. *Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi*, 7(1), 140–144.
- Anwar, R. A., Ramadhan, R., & Artikel, I. (2022). PENTINGNYA PEMASARAN DALAM MENUNJANG PERKEMBANGAN BISNIS. *Journal for Management Student (JFMS*, 2(4). <https://journal.unsika.ac.id/index.php/jfms>
- Asna Apriliyanti, N., & Waloyo. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Produk Alen-alen*. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>
- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). *Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa*. 5.
- Cai, X., Cebollada, J., & Cortiñas, M. (2023). Impact of seller- and buyer-created content on product sales in the electronic commerce platform: The role of informativeness, readability, multimedia richness, and extreme valence. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103141>
- Candiwan, & Savindraputra, F. (2019). Is information privacy awareness important for Indonesian social media instagram users? *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(1.5

Special Issue), 281–287. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2019/4981.52019>

Danu, M. I., Ardiansah, Y. D., Dwi Hermawan, N., Putra Herdrianto, I., Azhimi, F., & Oktarina,

R. A. (2021). *MEDIA PROMOSI BUDIDAYA HASIL TAMBAK RUMPUT LAUT SAMUDERA HIJAU DUSUN TANJUNGSARI KECAMATAN JABON SIDOARJO* (Vol. 1, Issue 2).

Dedi Prayogo, A., Isa Anshori, M., & Andriani, N. (2023). Utilization of Social Media as a Promotional Strategy to Increase Sales. In *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* (Vol. 11, Issue 3).

Fitriani, Y. (2021). Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional. PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENYAJIAN

KONTEN EDUKASI ATAU PEMBELAJARAN DIGITAL. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>

Hadita, A., Farida Latipatul Hamdah, D., Muharam, H., & Alan Kurniawan, D. (2024). Pendampingan dan Penyuluhan Harga Pokok Produksi dan Strategi Pemasaran UKM Agar- Agar Rumput Laut Desa Mancagahar Kecamatan Pameungpeuk Garut. *Deri Alan Kurniawan Journal of Human And Education*, 4(4), 110–122.

Heriawan, F., Susanto, A., & Haryanti, D. (2021a). Strategi Pemasaran, Penjualan dan Produksi Olahan Rumput Laut Berbasis IT saat Pandemi Covid-19 di Padepokan Suket Segoro Semarang. *Journal of Marine Research*, 10(1), 138–146. <https://doi.org/10.14710/jmr.v10i1.29677>

Heriawan, F., Susanto, A., & Haryanti, D. (2021b). Strategi Pemasaran, Penjualan dan Produksi Olahan Rumput Laut Berbasis IT saat Pandemi Covid-19 di Padepokan Suket Segoro Semarang. *Journal of Marine Research*, 10(1), 138–146. <https://doi.org/10.14710/jmr.v10i1.29677>

Julianti, M., Mudjiarto, H., Nagatitha, P., Luwiha, & Astuti, W. (2023). TikTok's

- Social Media Marketing Gives Strong Impact on Product Sales Increase. *Journal of Economic, Religious, and Entrepreneurship (JoERE)*, 1. <https://ejournal.stiab-jinarakkhita.ac.id/index.php/joere>
- Novitasari, Haris, H., luthfi Siraj, M., & Saleh, S. (2024). Strategi Pemasaran Budidaya Rumput Laut di Desa Bontosunggu Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum*. <http://ojs.unm.ac.id>
- Nur, E., Asdiniah, A., & Lestari, T. (2021). *Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Perkembangan Prestasi Belajar Anak Sekolah Dasar*.
- Oktavia, M., Pradana, M., Wardhana, A., & Joviano, R. (2025). Analysis of the Effect of E-Commerce Affiliate Marketing on Increasing Consumer Purchase Intention. *WSEAS TRANSACTIONS ON SYSTEMS*, 24, 326–334. <https://doi.org/10.37394/23202.2025.24.28>
- Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1195–1200. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.014>
- Pratidina, N. D., & Mitha, J. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3083>
- Pulubuhu, D., Seniwati, & Sutinah. (2021). View of The Role of Online Social Media to Support Seaweed Farmers in Indonesia A Conflict Resolution Strategy. *International Journal of Crimonology and Sociology*.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023b). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Sinambela, L. (2020). *Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.
- Yulianto Putra, E., & Liesty Indriani, V. (2023). The Role of Social Media in

Increasing Sales in Resepi Village. *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 807–820.
<https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i1.2338>

Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI, INFORMASI, DAN DOKUMENTASI: PENDIDIKAN DI MAJELIS TAKLIM ANNUR SEJAHTERA. *Jurnal Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M>