DAFTAR PUSTAKA

Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *143*, 822–826. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.483

AHMAD LUTFI. (2019). *ROSES KEGIATAN PEMASARAN DI PT. CITRA MANDIRI WIGUNA (PERUSAHAAN MEDIA LUAR RUANG DI JAKARTA)*.

Ahmed Raza, M. A. S. and S. Q. (2013). Sales Promotion Strategies and Consumer Purchase Decision: A Theoretical Review. *International Journal of Business and Social Science*.

ANIDA ISTIQOMAH AL MUNAWAROH. (2017). *IMPLEMENTASI PENDIDIKAN KARAKTER MELALUI KEGIATAN KEAGAMAAN DI MTs MUHAMMADIYAH PURWOKERTO* .

Arif, E., & Ronaning Roem, E. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSDA KABUPATEN BELITUNG TIMUR*. *3*.

Aryani, I. D., Murtiariyati, D., Widya, S., & Yogyakarta, W. (2022). Indita Dewi Aryani Dita Murtiariyati SOUVENIR PROJECT. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).

Asep Hidayat. (2022). *PERAN UMKM (USAHA, MIKRO, KECIL, MENENGAH) DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI NASIONAL* .

Budi Dharm. (2023). *Analisis Penerapan Pencatatan Laporan Keuangan Pada UMKM* . *3*, 26–32.

Chairina, O. :, Amalia, D., Evawani, P. :, Lubis, E., Konsentrasi, M. S., Komunikasi - Jurusan, M., & Komunikasi, I. (2020). *PENGARUH CONTENT MARKETING DI INSTAGRAM STORIES @LCHEESEFACTORY TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN* (Vol. 7).

Cindy Mutia Annur. (2024a, March 1). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Databoks.

Cindy Mutia Annur. (2024b, March 6). *Indonesia, Negara dengan Jangkauan Iklan Instagram Terluas ke-4 Global*. Databoks. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/06/indonesia-negara-dengan-jangkauan-iklan-instagram-terluas-ke-4-global

Clelia Scorrano, V. F. and T. V. (2019). “The Role of Events in SME Internationalization: Insights from the Wine Industry.” *Journal of Business Research*.

Dian Cahyadi & Tangsi. (2023). *video promosi* (Nurul Fadhillah S, Ed.). Badan Penerbit UNM.

DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN KABUPATEN PESISIR SELATAN Danisa Puji Astuti, D. (2018). *PEMBUATAN VIDEO SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSTAKAAN*.

Elena Belchior, J. R. and R. A. (2018). he Influence of Promotional Strategies on Customer Buying Behavior in Retail Industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*.

Fandy Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran* (andi, Ed.; 2nd ed.).

Jagdip Singh dan Dipak C. Jain. (2006). The Impact of Salesperson Behavior on Customer Satisfaction: An Empirical Study. *Journal of Business Research*.

Joshi, Y., Lim, W. M., Jagani, K., & Kumar, S. (2023). Social media influencer marketing: foundations, trends, and ways forward. *Electronic Commerce Research*. https://doi.org/10.1007/s10660-023-09719-z

Kostov, T., Author Kostov, D., & Salman, S. (2020). *IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON CONSUMER BEHAVIOR Entrepreneurship and business competence*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. 2016.

Kusumastuti, A., & Mustamil khoiron, A. (2019). *metode penelitian kualitatif* (F. Annisya, Ed.). lembaga pendidikan sukarno pressindo.

Lesmana, D., & Kasim, R. S. (n.d.). *PEMBELIAN PADA DELIZZA PIZZA KOTA GORONTALO*. http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index

M Fakhriyan Noor. (2018). *Penggunaan Video Promosi Wisata Via Youtube Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Ke Kota Banjarbaru*.

Maliah, & Asmawati. (2019). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Metro Elektronik dan Furniture Palembang. In *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan: Vol. Penjualan*.

Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti. (2020). *pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian*. *2*.

Mark Saunders, P. L. A. T. (2019). *Research Methods for Business Students* (8th ed.). Pearson Education Limited.

Marliani, L. P. (2021). *PENGEMBANGAN VIDEO PEMBELAJARAN UNTUK MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR SISWA SEKOLAH DASAR*. *1*(2).

MARYANA, S. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung)* .

Maureen Taylor and Michael Kent. (2014). Engaging with Communities: The Next Public Relations Frontier". *Public Relations Review*.

Muhammad Maulana. (2019). *PERAN PEMERINTAH DALAM UPAYA PENANGGULANGAN TAMBANG EMAS ILEGAL DI DESA LAMUNGA KECAMATAN TALIWANG KABUPATEN SUMBAWA BARAT* .

Nasution, A. M., Nawawi, Z. M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Negeri, I., & Utara, S. (n.d.). *Pemanfaatan Sosial Media Tiktok sebagai Strategi Promosi dalam Berwirausaha Persfektif Ekonomi Islam*.

Novia Dyah Mahesti. (2020). *PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESTINASI WISATA KABUPATEN REMBANG*.

Pasaribu, A. F. (2023). *PENGARUH CONTENT MARKETING, VIRAL MARKETING DAN INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA*. *10*(2). https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2

Paulus Tahu, G., Luh, N., & Suartini, P. A. (2023). *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat UPAYA MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN COFFEE CARTEL DENGAN MENAMBAHKAN VARIAN SUSU DALAM PEMBUATAN MINUMAN*. *2*(1).

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).

Rachman, F., Ginting, R., Amir, H., & Jakarta, P. N. (n.d.). *Pengaruh Stimulus Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Baru Jenis Fashion yang Dipasarkan di Forum Jual Beli Kaskus*.

Ramdhani, R., Winoto, Y., & Rodiah, S. (2023). Strategi promosi museum nasional melalui media sosial youtube dalam menarik minat pengunjung. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*. https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/index

Saputra, R., : P., & Karneli, O. (2018). PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MEREK HONDA (Survei Konsumen Pada Dealer CV. Cempaka Motor di Kabupaten Sijunjung). In *JOM FISIP* (Vol. 5, Issue 1).

Shivon Jordan, R. (2018). *ScholarWorks Social Media Marketing Strategies Used by Small Retail Businesses CORE View metadata, citation and similar papers at core*. https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations

Suherman, Y., Gunawan, R., & Roswandi, S. R. (2021). *Dirgamaya Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi Pembuatan Video Cinematic Promosi Pada Perumahan Grand Mutiara Village* (Vol. 01).

Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2022). *Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan* (Vol. 01, Issue 01).

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, *2*(2), 271–278. http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta

Vichqy Fathanul. (2022). *PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BTS MEAL McDONALD'S*.

Wahidin Shulton Ash Sidiqie Syafi'i1. (2022). pengembangan media promosi dengan pembuatan video iklan di Instagram untuk meningkatkan minat beli konsumen pada starwash shope malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis* , *8*.

Wendy Ritz, M. W. S. M. (2019). Digital marketing adoption and success for small businesses: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models. *Emeral Insight*.

Yuan, I., & Ms, A. (2019). *PENTINGNYA MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS VIDEO UNTUK SISWA JURUSAN IPS TINGKAT SMA SE-BANTEN*. *2*(1), 263–275.