DAFTAR PUSTAKA

Athoillah, Naufal. 2024. “Menganalisis Peran Konten Video Sebagai Alat Utama Dalam Media Promosi Produk Untuk Meningkatkan Konsumen Dan Keberhasilan Branding.” 2(1).

Erlina. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen *(Studi Kasus Pada Usaha Susu Kuda Liar Di Desa Saneo, Kabupaten Dompu, Nusa Tenggara Barat)*.

Hafiidh, Muhammad, Silviana, and Sugandi. 2023. “Aktualisasi Diri Remaja Kota Balikpapan.” *eJournal.ilkom.fisip.unmul.ac.id* 01: 25–34.

Huberman, and Miles. 1992. “Teknik Pengumpulan Dan Analisis Data Kualitatif.” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 02(1998): 1–11.

Huizen, L M, B V Christioko, and ... 2023. “Pemanfaatan Aplikasi Capcut Untuk Membuat Video Digital Marketing Sebagai Strategi Promosi Inovatif Produk Umkm.” *Dimastik:Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(2): 133–45. https://journals.usm.ac.id/index.php/dmstik/article/view/7277%0Ahttps://journals.usm.ac.id/index.php/dmstik/article/download/7277/3380.

Kotler, Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 3 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Kustandi, Cecep, dan Sutjipto, Bambang. (2013). "Media Pembelajaran Manual dan Digital" Bogor. Ghalia Indonesia.

Mahdar, Ahmad. 2005. “Teori Analisis Fishbone.” : 1–27.

Manalu, Febriana Valentin, and Nora Pitri Nainggolan. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam.” *eCo-Buss* 6(2): 509–20.

Mathory, Eljihad AKbari Syukriah, and Syahna. 2022. “Dampak Video Promosi Objek Wisata Pada Peningkatan Pengunjung Dewi Sri Waterpark.” *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship* 4(2): 105–19.

Monoarfa, Muhammad Irsyad, Yudi Hariyanto, and Abdul Rasyid. 2021. “Analisis Penyebab Bottleneck Pada Aliran Produksi Briquette Charcoal Dengan Menggunakan Diagram Fishbone Di PT. Saraswati Coconut Product.” *Jambura Industrial Review (JIREV)* 1(1): 15–21.

Mustafar, T. F. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Bandung: Media Sains.

Nata, Ondri. 2021. “Strategi Promosi Pt. Atina Rahmataka Wisata Cabang Bengkulu Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah.” : 1–103.

Naufal, R. A. (2018). Meningkatkan Minat Membeli Sepeda Motor Suzuki Di Kota Semarang.

Pertiwi, I V A Nisa. 2021. “Penjualan Pada Ikm Dodol Tape Sirsak Super ‘ Ibu Nur ’Desa Lesmana Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas Jurusan Ekonomi Syari ’ Ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.”

Pritama, Argiyan Dwi, Gustin Setyaningsih, and Tri Mardani. 2020. “Pelatihan

Produksi Video Untuk Konten Promosi Online Di Industri Kecil Menengah (IKM) Kabupaten Pekalongan.” 2(1): 61–69.

Puri, Ellisa Tiara P, and G Anggana Lisiantara. 2023. “Mufakat Mufakat.” *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen* 2(2): 91–107.

Ramadhan, Muhammad Iskandar et al. 2023. “Perancangan Strategi Promosi Pada Media Sosial Instagram Chili Mexican Food Dengan Metode Aisas Tahun 2023.”

Ramadhani, Adinda Dian, Abdi Triyanto, and Iqbal Fadli Muhammad. 2019. “The Effect Of E-Marketing With AISAS Model On Investment Decisions In Fintech Syariah.” *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7(2): 47–57.

Rulli Nasrullah. Loc. Cit . h. 11. 2016. “Rulli Nasrullah. Loc. Cit . h. 11.” *Media Sosial*: 10–33.

Saleh, Muhammad Yusuf, and Miah Said. 2019. 3 CV SAH MEDIA, Makassar *Konsep Dan Strategi Pemasaran*.

Sama, Hendi, and Maria Ulfa. 2021. “Perancangan Dan Implementasi Iklan Konten Video Cinematic Promotion Coffee Shop Renjana.” 1(1): 91–99.

Setianingsih, Ayu, and Murtafia Murtafia. 2023. “Marketing Content Instagram Sebagai Media Promosi Pada Pt Pos Indonesia (Persero) Kcu Makassar 90000.” *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan* 1(2): 320–37.

Sholeh, Muhammad, Markus Andika, Muhammad Anwar Fauzi, and Bismin. 2021. “Pengembangan Konten Video Produk UKM Sebagai Upaya Promosi Melalui Media Sosial.” *Gaung Informatika* 14(1): 1–12.

Shop, Usaha Thrift. 2022. “Model Pengembangan Usaha Menggunakan Model Bisnis Kanvas Pada.” 2(November).

Siregar, Hotrun. 2022. “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila.” *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan* (1): 71–82.

Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). The Dentsu Way. New York: Mc Graw Hill.

Wahyuni. 2019. “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Gowa” Universitas Negeri Makassar : 1–154.

Weichard, Sear Ruth. 2014. Travel Marketing. Australia: McGraw-Hill Book Company Australia Pty Limited.

Wirga, Evans W. 2016. “Content Analysis on Youtube Social Media to Support Political Campaign Strategies.” *Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer* 21(100): 14–26. https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/infokom/article/view/1716.

Wisnu, Wirawan, and Prima Dona Hapsari. 2016. “Analisis AISAS Model Terhadap Product Placement Dalam Film Indonesia Studi Kasus: Brand Kuliner Di Film Ada Apa Dengan Cinta 2.” *Jurnal Rekam* 12(2): 69–81. http://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/viewFile/1424/294.

Yulianti. 2019. “Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung)".