DAFTAR PUSTAKA

Adel, L. A. (2021). Kelebihan dan Kekurangan Digital Marketing. Retrieved August 16, 2023, from QuBisa.Com website: https://www.qubisa.com/microlearning/kelebihan-dan-kekurangan-digital-marketing

Aguirre, V. (2020). Pemasaran Digital Fleksibel Dalam Waktu Yang Tidak Pasti. Retrieved August 16, 2023, from Distinct website: https://becomedistinct.com/blog/flexible-digital-marketing- in-uncertain-times/

Almira, S. K., & Suharyanti, S. (2014). Implementasi Strategi Marketing Public Relations Dalam Pengelolaan Citra Merek. *Journal Communication Spectrum*, *4*(1), 57–71.

Almubaroq, M. N. K., & Mufreni, S. L. (2021). Penerapan Strategi Digital marketing Untuk Peningkatan Promosi di Instagram Pada UMKM (Studi Kasus CV. Satocasa Untuk Indonesia). *Seminar Nasional Informatika Bela Negara (SANTIKA)*, *2*, 214–218. https://doi.org/https://doi.org/10.33005/santika.v2i0.129

Amir, M. T. (2005). *Dinamika pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Amornpashara, N., Rompho, N., & Phadoongsitthi, M. (2015). A Study of The Relationship Between Using Instagram and Purchaase Intention. *Journal For Global Business Advancement*, *8*(3), 354–370. https://doi.org/10.1504/JGBA.2015.071330

Anjani, A. S., & Hartono, B. (2022). Strategi Personal Selling Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Marketing. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *15*(1), 1–8. Retrieved from http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis

Annur, C. M. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023.

Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.

Belisa, N. (2018). Pengaruh Sales Promotion Voucher Diskon Melalui Media Sosial Instagram @Brosisdeal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Merchant Lokal Pekanbaru. *JOM Fisip*, *5*(1), 1–12.

Carolina, T., & Nuryana, N. (2021). Strategi Promosi Perut Bulat Café & Resto

Melalui Media Sosial Instagram. *Journal Media Public Relations*, *1*(1), 18–22. https://doi.org/10.37090/jmp.v1i1.410

Cinthya. (2020). Pengertian Pemasaran Digital dan Bermacam Strateginya.

Cinthya. (2021a). Instagram Ads Adalah: Pengertian dan Cara Lengkap Membuat Instagram Ads. Retrieved August 18, 2023, from Accurate.Id website: https://accurate.id/digital-marketing/instagram-ads-adalah/

Cinthya. (2021b). Promosi Adalah: Pengertian Dari Ahli, Jenis, dan Contohnya. Retrieved August 18, 2023, from Accurate.Id website: https://accurate.id/marketing-manajemen/promosi-adalah/

Copeland, L. R., & Zhaob, L. (2020). Instagram and Thoery of Reasoned Action : US Consumers Influence of Peers Online and Purchase Intention. *International Journal of Fashion Design*, *13*(6), 265–279. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/17543266.2020.1783374

Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

Dwinugraha, R. C. (2020). Analisis Pengaruh Direct Marketing d an Social Media Marketing Instagram Terhadap Kesadaran Merek Shoe Cleaning & Care Candu Bersih. *Jurnal Imliah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, *6*(2), 1–16.

Elvina. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Ecobisma : Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, *2*(1), 106–118.

Febrianti, D., Heryadi, H., Solihat, A., Khairunnisa, N., Alfarisi, M., & Prehanto, A. (2022). Peningkatan Produktivitas Pemasaran UMKM Kuliner Dari Konvensional Menuju Era Digital. *Indonesia Journal of Digital Business*, *2*(2), 20–26.

Febriyanti, N., Luthfiana, N., Rohmah, N., Solehah, S., Burhannudin, R., Bilqis, N. S., … Setio Budi. (2023). Optimalisasi Digital marketing asca Panemi Covid-19 Pada Pelaku UMKM Kawasan Wisata Unit Banjaran Yogyakarta. *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*(1). https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.188-201

Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, *14*(1), 32–41. https://doi.org/https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204

Harini, C., Wulan, H. S., & Agustina, F. (2021). *Digital Marketing Bagi UMKM* (Edisi 1). Bandung: CV Media Sains Indonesia.

Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (Cetakan Pe). Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service.

Hendrik. (2021). Tujuan dan Fungsi Promosi : Fungsi, Jenis-Jenis, Manfaat. Retrieved August 18, 2023, from Gramedia.Com website: https://www.gramedia.com/literasi/tujuan-dan-fungsi-promosi/

Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Himma, F. (2022). 10 Hal Penting Membuat E-Flyer yang Menarik. Retrieved August 18, 2023, from Majoo.Id website: https://majoo.id/solusi/detail/e-flyer-yang-menarik

Huey, L. S., & Yazdanifard, R. (2014). How Instagram Can Be Used as a Tool in Social Network Marketing Center for Southern New Hampshire University (SNHU) Programs HELP College of Art and Technology Center for Southern New Hampshire University (SNHU). *Program HELP College of Art and Technology*, (September), 1–7. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/265377226%0AHow

Kartajaya, H. (2009). *New Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kennedy, C. (2017). *Social Media : The Art of Maketing on Youtube, Facebook, Twitter and Instagram for Success*. English: Create Space Independent Publishing Platform.

Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran* (Edisi 11). Jakarta: Indeks.

Kotler, P., & Amstrong, G. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Edisi 7). Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing Global Edtion 18th Edition*. London: Pearson : 18th edition.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: PT Indeks.

Kudeshia, C., & Kumar, A. (2017). Social eWOM : Doses it Affect The Brand Attiude and Purchase Intentio of Brands. *Journal Magamenet Research Review*, *40*(3), 310–330. https://doi.org/10.1108/MRR-07-2015-0161

Laksana, D., & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh Digital marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat di Jawa Timur. *JUrnal Manajemen Pemasaran*, *12*(1), 10–24.

Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi Digital marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonoomika 45 : Ilmu Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, *5*(1), 38–57.

Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran : Berbasis Teknologi*. Jakarta: Salemba Empat.

M, N. (2015). *Manfaat Sosial Media Dalam Meraup Uang*. Togyakarta: Kobis.

Mardhiah, A. (2020). Eksistensi Public Relations (Hubungan Masyarakat) Pada Suatu Perusahaan (Suatu Tinjauan Public Relations Dalam Perspektif Komunikasi). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, *6*(2), 91–98.

Mila. (2023). Pengertian Internet Marketing Adalah Stratego Memasarkan Produk Lewat Internet. Retrieved August 15, 2023, from Akudigital.com website: https://www.akudigital.com/bisnis-tips/apa-itu-internet-marketing/

Money, F. (2021). Alasan Beriklan di Instagram Ads. Retrieved August 18, 2023, from Femina.Co.Id website: https://www.femina.co.id/money/alasan-beriklan-di-instagram-ads

Natalia, Y., & Azari, C. (2022). *Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Wajah Scarlett Whitening*. *1*(1), 1–11.

NISP, R. O. (2021). Apa Itu Digital Marketing? Ini Kelebihan, Jenis, & Contohnya.

Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, *5*(1), 136–149.

Oktasari, S. (2022). Pengaruh Advertising Instagram dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli (Survei Pada Konsumen Sakka.Id Tasikmalaya). *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, *1*(6), 763–767. https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.812

Pebrianty, S. A., & Sanusi, N. (2020). Buana Komunikasi. *Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi*, *1*(2), 92–101.

Pratnyawan, A. (2019). Pengguna Instagram dan Facebook Tersebesa ke-4 di Dunia.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, *3*(71–80). https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950

Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM Dalam

Penggunaan Digital marketing Pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 137–142. https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534

Rohaeni, H. (2016). Peranan Promosi Melalui Personal Selling Terhadap Volume Penjualan. *ECODEMICA: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, *4*(2), 223–231.

Rona, N. M., Sufa, S. A., & Ratnasari, E. (2022). Aktivitas Digital Public Relations Dalam Akun Instagram @ortuseight. *MEDIUM : Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, *10*(1), 69–83. https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9149

Sari, B. A., Nurendah, Y., & Yusdira, A. (2021). Tinjauan Atas Direct Marketing Pada Kafe Taman Fathan Alesano Bogor. *JABKES : Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, *1*(2), 197–202. https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i2.1335

Siadari, C. (2015). Pengertian Promosi Dan Bauran Promosi Menurut Para Ahli.

Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sukoco, S. A., & Fanani, A. S. (2022). Analisis Penerapan Direct Marketing Guna Meningkatkan Penjualan Produk Pada Anna ART Gallery. *Majalah Ilmiah "Dian Ilmu," 22*(1), 49–74.

Susilawati. (2016). Analisis Keefektifan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memiliki Perguruan Tinggi Kota Sukabumi. *ECODEMICA : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, *4*(1), 63–73.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran* (Cetakan 3). Yogyakarta: Andi Offset.

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika'S Catering di Media Sosial. *Jurnal Profesi Humas*, *3*(1), 102–119.

Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Manullang, S. O., Simarmata, H. M. P., … Fajrillah, F. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan* (Cetakan 1). Medan: Yayasan Kita Menulis.

Yanthi, P. E. R. D., Nirmala, N. K. D. P., & Dewi, N. P. S. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Digital Marketing Pada Crème Pastry di Denpasar Barat Tahun 2022. *Arthanitis Studies*, *4*(1), 16–24. https://doi.org/10.5281/zenodo.7776553

Zhu, L., Li, H., Wang, F.-K., He, W., & Tian, Z. (2020). How Online Reviews Affect Purchase Itention : a New Model Base on The Stimulus-Organism-

Response (S-O-R) Framework. *Aslib Journal of Information Management*, *72*(4), 463–488. https://doi.org/10.1108/AJIM-11-2019-0308