

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2020). Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215–222. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.195>
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.73923>
- Azizah, L. N., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Shop Nyemil Cemil Tulungagung Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(1), 178–186. <https://doi.org/10.46306/rev.v3i1.89>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital marketing* (Seventh). Pearson Education limited.
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Perspektif Digital Marketing*.
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Hermawan, A. (2021). Saluran Media Digital (Digital Media Channels) Yang Efisien Dan Efektif Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Provinsi Jawa Timur. *Wnceb 2021, August*, 818–827.
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Kannan, P. K., & Li, H. A. (2016). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (p. 45).

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: moving from traditional to digital. In *New Jersey : Wiley* (Vol. 4, Issue 1).
- Menon, S., KS, S. D., Santhiya, R., Rajeshkumar, S., & S, V. K. (2018). Selenium nanoparticles: A potent chemotherapeutic agent and an elucidation of its mechanism. *Colloids and Surfaces B: Biointerfaces*, 170(June), 280–292. <https://doi.org/10.1016/j.colsurfb.2018.06.006>
- Natasya, A. F., & Kuswibowo, C. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Pada Pt Sepakat Teknologi Nusantara Di Jakarta Pusat. *Prosiding Seminar Nasional ...*, 4, 180–188.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi. In *Insania* (Issue September).
- Saputro, P. D., Ulya, F., & Mustaqim. (2020). *Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada Era E-commerce & Media Sosial. February*. <https://doi.org/10.33884/jpb.v2i01.1625>. CITATIONS
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wahyu Prayoga, A. (2024). Analisis Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Herbal Di Toko Herbal Al-Mubarak Banjarnegara. *Study of Applied Marketing Journal*, 1(1), 24–33.
- Wardhana, A. (2022). Strategi Digital Marketing. In *Strategi Digital Marketing* (Issue February).
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera.
- Wya Muflikhata, F. (2022). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada SR12 Skincare Herbal. *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4.