

DAFTAR PUSTAKA

- Afdal, M., & Fatha, A. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Strategi Pemasaran Melalui Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Soft Coffee Masamba. 6(1), 1–5. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3742>
- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42(April), 65–77. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001>
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS : Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Volume 17, No. 3, Juli 2020. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Arianty, N., & Masyhura. (2019). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 257–264.
- Artanti, Y., & Hartini, S. (2019). Perilaku Sharing Konten Online: Faktor Motivasi Individual Dan Pengaruh Moderasi Faktor Situasional. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 1–18. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3044>
- Asmawan, M. C., Suranto, S., Mustofa, R. H., Hendrawan, H. A., & Thoyibbah, K. (2023). Optimalisasi Whatsapp Business untuk Meningkatkan Penjualan Mitra Samira Travel. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v7i1.3058>
- Assyakurrohimi, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), Article 01. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>

- Chatterjee, S., & Kumar Kar, A. (2020). Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact: Empirical insights from India. *International Journal of Information Management*, 53(December 2019), 102103. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102103>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Dimiyati, M., & Afandi, M. F. (2018). Model Empiris Membangun Kesetiaan Pelanggan Berbasis. 11(2), 311–328.
- Dwijayanti, A & Pramesti P. (2020). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 2, 68–73.
- Ebrahim, R. S. (2020). The Role of Trust in Understanding the Impact of Social Media Marketing on Brand Equity and Brand Loyalty. *Journal of Relationship Marketing*, 19(4), 287–308. <https://doi.org/10.1080/15332667.2019.1705742>
- Eri Werdani, R., Imani Kurniawati, N., Bhimo Sukoco, J., Windriya, A., Iskandar, D., Pemasaran, M., Perkantoran, A., Perusahaan, A., Publik, K., & Universitas Diponegoro Jl ProfSoedharto, S. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media Training of Marketing Homemade Product Through Social Media 1). 4(1).
- Fatmawati, M. T., Budi, L., & Wahyono, E. H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Perusahaan Konveksi Kartini Semarang). *Journal Manajemen Pemasaran*, 4(4), 5.
- Gina Shafira Nurimani. (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 54–58. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i1.1007>

- Guntur, M. (2021). Konsep Dasar Analisis Data Kualitatif. Dalam Sekolah Tinggi Theologia Jaffray (Vol. 17, Nomor 33).
- Ikhsani, A. A., & Dhanar Intan Surya Saputra. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada Bisnis Pempek Lestari. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 17–26. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v5i1.3382>
- Juliana, S., & Sihombing, S. O. (2019). Pengaruh Penempatan Produk Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 19–34. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702>
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. C. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PROMOSI BAGI PENGEMBANGAN PEMASARAN WISATA DANAU LINOW DI KOTA TOMOHON. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), Article 4. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30435>
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., Kawet, R., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4), 11–20.
- Melawati. (2023). Prosiding Seminar Nasional Pemanfaatan Media Sosial sebagai Bisnis Online. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Bisnis Online. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian, Pengabdian, dan Diseminasi*, Vol. 1, No, 57–62.
- Nainggolan, N. P., Utnasari, I., Batam, U. P., Riau, K., Batam, K. K., & Sagulung, K. (2020). Media Sosial Pada Home Industri Masyarakat Tanjung. 01(02), 267–275.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>

- Rachmawati, T. (2017). *Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif*. UNPAR Press, 1, 1–29.
- Rachmawaty, A. (2021a). Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar. *Tematik : Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 8(1), 29–44.
- Rachmawaty, A. (2021b). Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar. *TEMATIK*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.38204/tematik.v8i1.535>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rudyanto. (2018). Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial Dan Keterkaitan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 177–200.
- Sabaruddin, R., Juniarti, M., Ardiyansyah, A., & Nugraha, W. (2020). Pengembangan Sistem Informasi Perusahaan Konveksi dan Sablon Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi*, 1(1), 21–30. <https://doi.org/10.31294/justian.v1i1.281>
- Sari, A. P., Kurniullah, A. Z., Purba, B., Lie, D., Fajrillah, F., Simarmata, H. M. P., Dewi, I. K., Mardia, M., Anggusti, M., Purba, P. B., Mastuti, R., & Sisca, S. (2021). *Kewirausahaan dan Bisnis*. Yayasan Kita Menulis. <http://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/21989>
- Sari, D. E., Narimo, S., Ulfatun, T., Mustofa, R. H., Suwandi, J., Syah, M. F. J., Jatmika, S., Wahyudi, T. N., Asmawan, M. C., Setiyawan, A., & Hendawan, H. A. (t.t.). OPTIMALISASI PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING MELALUI SOSIAL MEDIA DAN E-COMMERCE PADA INDUSTRI KECIL MENENGAH DI DESA KINGKANG, KABUPATEN KLATEN.
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(01), Article 01.
- Wahyudin. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan*. Pre-print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 6(1), 1–6.

Wiridjati, W., & Roesman, R. R. (2018). Fenomena Penggunaan Media Sosial Dan Pengaruh Teman Sebaya Pada Generasi Milenial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 275–290. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i2.2950>