

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, L. A., Zulistiani, Z., & Damayanti, S. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Social Media Instagram Dan Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Ardana Studio). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8, 14–26.
- Anggraini, P. A. A., Istiasih, H., & Damayant, S. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Umkm Melalui Business Model Canvas (Studi Kasus : Warung Barokah Mbah Yul). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri ANALISIS*, 16–23. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/5378>
- Ardyana, R. J., Yenly, S., & Susilowati, E. (2025). Journal of Health Care Education. *Penerapan Asuhan Kebidanan Pada Bayi Baru Lahir Normal Dan Terapi Komplementer Pijat Bayi: Studi Kasus Di Pmb Desa Boto, Kecamatan Bancak, Kabupaten Semarang*, 4(1), 33–39. <https://journal.stike.spantiwilasa.ac.id/index.php/jhce/article/view/57>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Azharia, Novitasari, A. W., Priyanda, A. B., & Handoko, D. (2024). Etika Periklanan Pada Media Sosial Instagram di Era Influencer. *HUMANUS : Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(3), 435–443. <https://doi.org/10.62180/ycrcy705>
- Basnet, S. D., & Auliya, A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(1), 18–31. <https://doi.org/10.36594/jtec/gp940703>
- Dayanti, H. R., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). Strategi Wom Marketing Pada Bisnis Usaha Jasa Laundry Dalam Menjaga Eksistensi (Studi Pada Kenz Laundry Mojoroto Kota Kediri). *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3, 380–388. <https://doi.org/10.29407/bn7hsx64>
- Dharmawan, M. R., & Yoedtadi, M. G. (2024). Strategi Komunikasi Pemanfaatan Key Opinion Leader dalam Meningkatkan Brand Awareness di Media Sosial. *Prologia*, 8(2), 512–521. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.27691>
- Dwicahyo, W. O., Sukanda, U. F., & Alamsyah. (2024). Komunikasi Pemasaran Melalui PemanfaatanMedia Sosial Instagram @Ruangrumi KafeSepatan Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(April), 2–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.11351105> p-ISSN:
- Erwin, E. dkk. (2023). Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0 - Google Books. In *PT Sonpedia Publishing Indonesia*.
- Febriyanti, D. E., & Arifin, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran secara Online

- melalui Tiktok dan Instagram terhadap Volume Penjualan Skincare Justmine Beauty pada Agen Yuyun di Lamongan. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 344–352. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i1.72>
- Fitriani, S., Lestari, M. C. D., & Dewi, A. C. (2024). Jurnal Pendidikan Ilmiah Transformatif. *Persepsi Mahasiswi Prodi Piaud Terhadap Baby Massage & Baby Spa Dalam Pengembangan Karir*, 8(12), 427–442. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jpit/article/view/7840>
- Haryani, V. P., & Sulastri, F. (2025). Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa. *Penerapan Digital Marketing Kepada Umkm Ranginang Pelem Di Desa Tirtasari*, 4(2), 5717–5722. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/9208/6120>
- Haryanto, T., & Azizah, S. N. (2021). *Pengantar Praktis: Pemasaran Digital*. <http://digitallibrary.ump.ac.id/id/eprint/1138%0A>
- Imronah, A., & Utomo, R. P. (2022). Analisis terhadap Strategi Meningkatkan Jumlah Konsumen pada Toko Buah Abadi Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 2(1), 31–37. <https://doi.org/10.47709/jebma.v2i1.1384>
- Istiasih, H. (2024). Optimalisasi Pelatihan Teknologi Informasi Pemasaran Pada Pebisnis Pemula Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga. *JURNAL ABDIKMAS*, 5(1), 23–30. <https://doi.org/10.51158/x9rzhv06>
- Istiasih, H. (2022). Sosialisasi Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Income Anggota Dwp Upt Psda Ws Brantas Di Kediri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 1(2), 29–39. <https://doi.org/10.29407/dimastara.v1i2.17985>
- Istiasih, H., & Handono, C. (2025). Pelatihan Kompetensi SDM bagi Pelaku Bisnis Rumahan Era Digital pada DWP UPT PSDA WS Brantas di Kediri. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 435–443. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v5i2.1755>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing edisi ke-17 Pearson Education Limited*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). Marketing Management 15th Editio. London : Pearson. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).
- Lailia, V. R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(2), 01–10. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i2.161>
- Permana, E., Amalia, D., & Angelica Putri Agestin, J. (2024). Strategi Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Periklanan Produk Erigo Di Media Sosial Instagram. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 216–223. <https://doi.org/10.36985/pabxt822>

- Prasetyo, D., Widianitari, M. M., & Sejati, V. A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran “Lensa Samid” dalam Meningkatkan Pelanggan melalui Instagram. *Indonesian Social Science Review*, 2(2), 49–59. <https://doi.org/10.61105/issr.v2i2.76>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori* (M. T. Ahmad Jibril, S.T. (ed.)). PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI). https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750_Ebook+Teori+Perilaku+Konsumen.pdf
- Rahmawati, L., Zulistiani, & Damayanti, S. (2024). Strategi Pemasaran Green Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Okayu Galeri Cafe Kertosono. *Simanis*, 3, 213–221. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=list_works&hl=id&hl=id&user=c60I19UAAAJ&pagesize=80
- Ridlo, U. (2023). Metode Penelitian Studi Kasus: Teori dan Praktik. In A. Royani (Ed.), *Uinjkt.Ac.Id. Publica Indonesia Utama*. <https://notes.its.ac.id/tonydwisusanto/2020/08/30/metode-penelitian-studi-kasus-case-study/>
- Sabina, A. A., Herawati, C. P., & Ulyantiputeri, K. (2024). Pemanfaatan Instagram sebagai Strategi Pemasaran Warung Seblak Bude UKM Bersertifikat Halal di Kabupaten Tangerang. *Perfect Education Fairy*, 2(3), 173–185. <https://doi.org/10.56442/pef.v2i3.847>
- Sagita, G., & Raphael Wijaya, Z. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24–31. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v1i3.37>
- Sari, Y., & Dwiridotjahtjono, J. (2024). Strategi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Pada PT. Anugerah Santosa Abadi Di Surabaya. *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(2), 53–59. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i2.253>
- Sony, J. H., & Barkah, C. S. (2024). Analisis Strategi Social Media Marketing Dalam Mempertahankan Brand Awareness Pada Dotato Donat Kampung (Studi Kasus Pada Instagram Dotato). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(3), 1513–1525. <https://Doi.Org/10.34127/Jrlab.V13i3.1199>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D Sugiyono 2020.Pdf (Sutopo (ed.)).<https://id.scribd.com/document/729101674/Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-r-d-Sugiyono-2020>
- Sukoco, S. A., & Amanah, K. (2024). Strategi Digital Marketing Melalui Sosial Media Guna Meningkatkan Penjualan Produk. *Journal Of Business, Management and Accounting*, 6(1), 431–422. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v6i1.10390>
- Zahriyah, A., Budiarti, N., Kurniawati, N. A., & Lestari, Y. P. (2025). Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Pada PT Pegadaian (Persero) UPC Ambulu. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(2), 167–173. <https://doi.org/10.59435/menulis.v1i2.39>