

DAFTAR RUJUKAN

- Ayu, A., Sari, P., Alhada, M., & Habib, F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17).
- Destyana, Y., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh digital marketing, perceived ease of use, dan ragam produk terhadap minat beli serta pengaruhnya pada keputusan pembelian melalui e-commerce Shopee di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i2.23363>
- Effendi, F. P., & Dewi, D. A. (2021). Generasi Milenial Berpancasila di Media Sosial. *Journal Civics & Social Studies*, 5(1). <https://doi.org/10.31980/civicos.v5i1.1051>
- Ekomurdiyanto, D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*. Rosda Karya.
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). *Warta ISKI*, 1(01). <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i01.10>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Komalasari, D. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Kotler, Philip & Amstrong, G. (2018). Principles of marketing (11 ed.). New York: Pearson International.
- Kotler, P. (2019). Marketing Management. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusumah, R., & Aprillia, A. (2023). Pengujian Kesadaran Merek Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Education And Development*, 11(3). <https://doi.org/10.37081/ed.v11i3.4755>
- Lubis, A., Effendi, I., & Rosalina, D. (2023). Analisis keputusan pembelian berdasarkan efektivitas promosi media sosial. *Insight Management Journal*, 3(3). <https://doi.org/10.47065/imj.v3i3.262>
- Mahardika, A. D. P., & Purnomo, H. (2025). Analisis Digital Marketing Leopard Gecko Pada ABAZ ' SE. *Simposium Manajemen Dan Bisnis IV*, 4, 351–358.

- Maria, H. D., Kusumah, F. G., Sudianto, S., & Pamungkas, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan E-Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 17(2).
- Melati, P. A. S., Kusumaningtyas, D., & Damayanti, S. (2025). Pengaruh Inovasi Produk , Media Sosial Dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Griya Dhahar Durian Slumbung Pak. *Simposium Manajemen Dan Bisnis IV*, 4, 1263–1270.
- Moleong, L. J. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. *PT Remaja Rosdakarya*.
- Nasution. (2024). Strategi E-Commerce terhadap Peningkatan Penjualan Handphone. *Jurnal Pemasaran Digital*.
- Ramadhan, M. A., & Chatamallah, M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran X. *Jurnal Riset Public Relations*. <https://doi.org/10.29313/jrpr.vi.641>
- Ratri, C. A., Soeprajitno, E. D., & Purnomo, H. (2025). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Service Terhadap Kepuasan. *Simposium Manajemen Dan Bisnis IV*, 4, 771–779.
- Saladin, D., & Oesman, Y. M. (2020). Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran. In *Cetakan Ketiga, Bandung: Linda Karya*.
- Strauss, J., & Frost, R. (2016). *E-Marketing*. Routledge.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *CV. Alfabeta*.
- Tololiu, & Roring. (2022). Pengaruh Promosi Digital terhadap Minat Beli Smartphone. *Jurnal Manajemen*.
- Wardhani, D. H. K., Sugiono, & Widodo, M. W. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Umkm Dalam Meningkatkan Volume. *Simposium Manajemen Dan Bisnis IV*, 4, 292–300.