

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Deni. 2019. Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2021. Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2020. Diakses melalui <https://andi.link/download/hootsuite-we-are-social-indonesia-digitalreport-2021/>. pada Maret 2022.
- Dany, ayu amanda. 2021. Jakul Semarang Endorser Online Shop Di Instagram. *Angewandte Chemie International Edition, (Online), 6(11), 951–952*, tersedia : (<http://journal.unika.ac.id/index.php/jemap/article/>), diunduh 15 Mei 2022.
- Pranata, Ricky Bhakti. 2020. Strategi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran. Skripsi. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. 2017. Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika* 12(2):212–31.
- Sirajuddin, Saleh. 2016. Analisis Data Kualitatif. Bandung: Pustaka Ramadhan. Eprints, (Online), tersedia: (<http://eprints.unm.ac.id/>), diunduh 28 april.
- Suryani, Ita, Muhammad Handar, and Ratnasari Ekasuci. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Mersi 93,9 FM. *Jurnal Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika, (Online) 11(1):67–76*, tersedia: (<https://repository.bsi.ac.id/index.php/>), diunduh 29 April 2022.
- Syafira, Izza. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Pada Busana Muslim Siva Di Sidoarjo. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Sukendro, Gregorius Genep. n.d. “Kreatif Hashtag (Analisis Deskriptif Makna Penggunaan Hashtag Pada Iklan Tokopedia # MulaiAjaDulu Di Youtube)” . *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara, (Online), 3(1):54–59*, tersedia: (<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6206>), diunduh 20 April 2022.
- Yacub, Rudi, And Wahyu Mustajab. 2020. “Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-commerce”. *Jurnal Manajerial. (Online), 12(2):198–209*, tersedia: (<http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>), diunduh 3 Mei 2022
- Tristianingrum, Wulan. 2019. “Efektivitas Kampanye Love Myself Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Komunitas A.R.M.Y Di Medan”. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- Napitupulu, Simbolon. 2022. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Penjualan Indihome (Studi Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Di Daerah Bsd Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, (Online), 15(1): 62-76, tersedia: (<https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/2833>), diunduh 10 Mei 2022.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Nasrullah, R. 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, Cet.kedua. Simbiosis Rekatama Media, Bandung. Perpustakaan Kementrian Pekerjaan Umum, (Online), tersedia: <https://pustaka.pu.go.id/>, diunduh 24 Mei 2022.
- Wanto, Alfi Haris. 2018. Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, (Online), 2(1):39, tersedia: (<https://journal.unesa.ac.id/>), diunduh 1 Juli 2022.