

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Buku PDF,. Pedoman Tugas Akhir, Karya Tulis Ilmiah atau KTI. Sekolah tinggi ilmu administrasi (STIA) Amuntai.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM. *RIME: Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 92–101. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.271>
- Indonesia, A. P. J. I. (2024). *Survei Internet Indonesia 2024*. APJII.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing* (3rd ed.). Kogan Page.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Rochis, Z., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh digital marketing, efektivitas iklan, dan komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian pada e-commerce di era digital. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 12(1), 1–16.
- Ryan, D. (2021). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (5th ed.). Kogan Page.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Wiley.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tiago, M. T., & Veríssimo, J. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703–708.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing* (4th ed.). Sage Publications.

Widianti, V. P., Abidin, R., & Rohmah, F. (2024). Pengaruh media sosial dalam mempromosikan usaha rias pengantin. *Jurnal Sahmiyya*, 3(2), 282–291.

Wulandari, E. W., & Andarini, S. (2025). Peran pelatihan digital marketing dan marketplace dalam meningkatkan minat beli produk UMKM. *Jurnal Sinabis*.