

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon A. 2022. *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media Publishing.
- BRILIANA, D. (2022) ‘PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN PADA JASA WEDDING PHOTOGRAPHY AMERTA STORY DI BENGKALIS’. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- F. Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kutha, Nyoman. 2019. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Muhammad. 2016. *Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Prisgunanto, Ilham. 2014. *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prisani Cendikia.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rachmawati, D., Udriyah, U. and Dewi, N.F. (2024) ‘ANALISIS STRATEGI GREEN BRANDING SEBAGAI USAHA MENCIPTAKAN SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN DI ERA EKONOMI GLOBAL PADA BRAND FASHION LOKAL KOTA BANDUNG’, *Among Makarti*, 17(1), pp. 42–56.

- Saragih, L.S. *et al.* (2024) ‘Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0’, *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), pp. 63–72.
- Simbolon, R.W. (2022) ‘Analisis Faktor Kualitas Informasi Dan Sosial Engagement Influencer Pada Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Produk Kecantikan’. Institut Teknologi Harapan Bangsa.
- Sugito, 2019. *Media Sosial (Inovasi Pada Produk dan Perkembangan Usaha)*. Sumatera Utara. Universitas Medan Area Pers.
- Wahyuningsih, Sri. 2013. *Metode Penelitian Studi Kasus*. Madura: UTM Press.
- Yudianto, A. and Munawarah, M. (2022) ‘PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN PANGSA PASAR PADA SASIRANGAN E-COMEL DESA TELAGA SARI KOTA AMUNTAI’, *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 4(1), pp. 1–15.