

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2010). *Kewirausahaan*. Bandung, Alfabeta.
- Anugrah, R., Perwirianto, H. W., Zulfania, M., Ratih, D., Aprilianda, E. N., Haryawan, S. H., Rachmawan Putra, M. A., Wardana, B. S., Cahya, R. A., Ramadhan, R. T., & Arum, D. P. (2022). PENERAPAN BRANDING PRODUK DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4702>
- APJII. (2015). Profil Pengguna Internet Indonesia 2014. In *Apjii*.
- Azhari, R., Tanjung, F., & Kurnia, Y. F. (2021). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM ISTANA RENDANG. *Jurnal Warta Pengabdian Andalas*. <https://doi.org/10.25077/jwa.28.3.272-278.2021>
- Banjaransari, Y. G. (2018). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE PAGE DOWN CLOTH MAKER. *Gender and Development*.
- Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). PERANCANGAN KONTEN EDUKATIF DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*. <https://doi.org/10.22441/jam.2020.v5.i2.006>
- Burhan, B. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta, Kencana.
- Emzir. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta, Rajawali Press.
- Erwin. (2020). *PEMASARAN DIGITAL (Teori dan Implementasi)*. Green Pustaka Indonesia.
- Fadilatul Miladiah, A., & Riyanto, S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Pemasaran Sayuran Oleh Sayurkita.mlg Saat Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. <https://doi.org/10.36418/jiss.v1i3.24>
- Fahlefi, D. Ri., & Indriastuti, A. (2019). PENGARUH KESADARAN MERK, PERSEPSI KUALITAS, DAN LOYALITAS MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE VIVO PADA ANGKASA CELL DI KABUPATEN BLORA. *JURNAL STIE SEMARANG*. <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v1i1.337>
- Fasya Syifa Mutma, Reni Dyanasari, & Fitorio Bowo Leksono. (2022). PELATIHAN PRODUKSI KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ORGANISASI. *JURNAL BUANA PENGABDIAN*. <https://doi.org/10.36805/jurnalbuanapengabdian.v4i2.2787>
- Hadiwinata, K., Mundzir, H., & Muslim, S. (2020). Analisis Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran dan Branding Bisnis di Era Pandemi Covid-19. *Senabisma*.
- Hasan, I. (2018). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Jesslyn, J., & Winduwati, S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk. *Prologia*. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8178>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). Media Sosial. *Media Sosial*.
- Kleindl, B.A. & Burrow, J. . (2005). *E-Commerce Marketing*. South Western.
- Kotler dan Armstrong. (2016). *Principles of Marketing*. New York: *Pearson International*.
- Kotler, P., & Armstrong. (2006). *Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 1* (Edisi Kede). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (T. oleh B. Sabran (ed.); Edisi 13). Erlangga.
- McMillan, James H., & Schumacher, S. (2003). *Research in Education*. person.
- Miles, M. . & H. A. . (1984). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta, Universitas indonesia.
- Nabila, M. (2019). Survei APJII: Pengguna internet di Indonesia capai 171,17 juta sepanjang 2018. In *DailySocial*. id.
- Nanda Annisa, Bambang Dwi Hartono, & Syarun, M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran dan Diferensiasi Produk Melalui Instagram Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen di Kedai Kopi Darling Habit. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Publik*. <https://doi.org/10.22236/jmbp.v1i1.5706>
- Riasari, Handika, M. R., Maradona, A. F., & Darna, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Rowley, J. (2008). Understanding digital content marketing. *Journal of Marketing Management*. <https://doi.org/10.1362/026725708X325977>
- Sanjaya, R. dan J. T. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta, Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (4th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Sulianta, F., Sapriya, Supriatnac, N., & Disman. (2019). Digital content model to promote literacy in society version 5.0 using the social study education perspective. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.

Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). PEMASARAN DIGITAL DALAM KEWIRAUSAHAAN. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
<https://doi.org/10.56681/wikuacitya.v1i1.23>

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, Andi Offset.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta, Andi Offset.

