

## DAFTAR PUSTAKA

- Dermawansyah, M., & Rizqi, R. M. (n.d.). Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa” ISBN.
- Erfin, M. M., Mufiddin, R., & Zaman, S. (2022). Optimasi Konten Pemasaran dan Platform Online dengan Teknik Search Engine Optimization. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 8(3). <https://doi.org/10.28932/jutisi.v8i3.5468>
- Evan Saktiendi, Septi Herawati, Lince Afri Yenny, & Amelia Wahyu Agusti. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197–210. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i2.524>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hadi, W. R., & Putri, B. P. S. (n.d.). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Omme Event Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Awareness Masyarakat Di Era Pandemi.
- Handayani, B., Moekahar, F., Daherman, Y., & Alfani, M. H. (2020). SOCIAL MEDIA MARKETING SEBAGAI SARANA PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS SOCIO-TECHNOPRENEURSHIP DI UNIVERSITAS ISLAM RIAU. *Jurnal Riset Komunikasi*, 3(2), 177–193. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v3i2.163>
- Junaidi, K. (2022). Penggunaan Metode SOSTAC Pada Sistem E-Marketing Perumahan Mitra Griya Konsultan Pringsewu. 2.
- Mopangga, H. (2015). Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo. *TRIKONOMIKA*, 14(1), 13. <https://doi.org/10.23969/trikonomika.v14i1.587>
- Noor, S. (2014). PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN DAIHATSU LUXIO DI MALANG. 2.

- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2619>
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). ANALISIS TEKNIK DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.915>
- Rifai, Z., Faqih, H., & Meiliana, D. (2021). Metode SOSTAC Untuk Penyusunan Strategi Digital Marketing pada UMKM Dalam Menghadapi Pandemi dan Pasca Pandemi. 9(1).
- Rijali, A. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Sahartian, O., Ayouvi Poerna Wardhanie, & Sri Hariani Eko Wulandari. (2022). STRATEGI DIGITAL MARKETING INSTAGRAM MENGGUNAKAN FRAMEWORK SOSTAC GUNA MENINGKATKAN OMZET CONSUMER GOODS MADU. *JSII (Jurnal Sistem Informasi)*, 9(2), 141–149. <https://doi.org/10.30656/jsii.v9i2.5049>
- Sukoco, S. A. (n.d.). PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN (DIGITAL MARKETING) BERDASARKAN SEGMENTASI PASAR.
- Suwarno, B. (2020). ANALISIS PERAN DIGITAL MARKETING DALAM PENINGKATAN MARKETING PERFORMANCE (STUDI KASUS E-COMMERCE DI SUMATERA UTARA).
- Widiastuti, T. A., & Djajalaksana, Y. M. (2022). Implementasi dan Analisis Digital Marketing pada Toko Kebutuhan Bayi dan Anak. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 8(1). <https://doi.org/10.28932/jutisi.v8i1.4249>
- Yahya, M., & Syarif, A. (n.d.). PENGGUNAAN FACEBOOK DALAM PROMOSI PRODUK BARANG JADI.

- Yoebrilanti K, A., & Nurhayani, N. (2022). Strategi Menghadapi Persaingan Di Era Pandemi Covid-19 Pelaku Usaha UMKM Mengadopsi Sistem Pemasaran Digital Marketing Melalui Social Media. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 19(2), 172. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v19i2.8928>
- Zulfikar, A. R., & Mikhriani, M. (2017). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND TRUST PADA FOLLOWERS INSTAGRAM DOMPET DHUAFA CABANG YOGYAKARTA. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, 1(2), 279. <https://doi.org/10.22373/al-idarah.v1i2.1663>