

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, W. Y. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. CV. Mega Press Nusantara.
- Dewianawati, D., Nurhayati, N., Razak, M., Wijaya, N. P. N. P., Suaryasa, I. G. N., Sakti, D. P. B., Darsana, I. M., Hanafiah, H., Mustafa, F., & Puspitasari, M. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN JASA*. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=jbO1EAAAQBAJ>
- Dipanegara, A., Nuraeni, F., & Publishing, J. (2011). *Facebook Hacker*. Lembar Langit Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=Q8ZICgAAQBAJ>
- Danang Sunyoto, S. H. S. E. M. M. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. CAPS. <https://books.google.co.id/books?id=sT4EEQAAQBAJ>
- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiawan, Z., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). *Digital Marketing: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Faroman Syarief, Aldi Friyatna Dira, Rachmat Fadly, Elida Mahriani, Acai Sudirman, Dimas Akmarul Putera, Aulia Agung Dermawan, S. G. S., & Farah Putri Wenang Lusianingrum, Suharyati, Rimayanti, Asep Dadan Suganda, Lina Aryani, Fahmi Kamal, Jajang Burhanudin, A. R. (2023). Manajemen Strategi Pemasaran Dalam Manajemen Strategi Pemasaran. In *Penerbit Widina Bhakti Bandung (Grup Cv. Widina Media Utama) Bandung* (Vol. 16, Issue 1).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=Y8BVEQAAQBAJ>
- Fauziah Septiani, S. E. M. M. (n.d.). *Dasar Dasar Pemasaran Digital*. Cipta Media Nusantara. <https://books.google.co.id/books?id=cw2UEAAAQBAJ>
- Hariyanti, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Promosi Kripik Jamur Tiram. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 2(2), 126–145. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v2i2.278>
- Irfan Ardiansah, A. M. (2021). *Optimalisasi Instagram sebagai Media Marketing*. CV. Cendekia Press. <https://share.google/TPX6QGCFh3AnidRoK>

- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*.
- Kholis, N., & Mu'allim, A. (2018). *Transaksi dalam Ekonomi Islam*. Program Pascasarjana dan Penerbit Quantum Madani.
- Kotler, P., Molan, B., Sarwiji, B., & Lane, K. (2009). *Manajemen pemasaran* (Vol. 1). Indeks.
- Kuswayatno, L. (2006). *Mahir berkomputer*. PT Grafindo Media Pratama.
- Prof. Dr. Drs. H. Mahmuddin, B. A. M. A., & Dr. St. Nasriah, M. S. I. (n.d.). *Dakwah dan Informasi Hoax*. wawasan Ilmu.
- Putra, D. P. (2025). *Analisis Strategi Peningkatan Loyalitas Konsumen Jamaah Umrah PT Bumi Serambi Mekkah Padang Panjang*.
- Reni Dyanasari. (2025). *Promosi Gratis Lewat Instagram*. Diandra Kreatif.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Sangadji, E. M. (2022). *Salesmanship (kepenjualan)*. Bumi Aksara.
- Saputra, A. M. A., Kharisma, L. P. I., Rizal, A. A., Burhan, M. I., & Purnawati, N. W. (2023). *TEKNOLOGI INFORMASI: Peranan TI dalam berbagai bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sari, R. M. (2025). *Aplikasi Media Sosial*. Serasi Media Teknologi.  
<https://share.google/9O7Ow84J7dpzkPoQy>
- Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. (n.d.).
- Sunyoto, D. D. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Swastha, B. (1993). *Manajemen Penjualan*. BPFE Yogyakarta.
- Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan pemasaran UMKM melalui media sosial*. Caremedia Communication.
- Telaumbanua, J., Zebua, E., Hulu, F., Batee, M. M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Nias, U. (2024). *Peranan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pada CV Bintang Keramik Gunungsitoli*. 5(1).
- Utari, A. P. (2025). *Konsep Pemasaran Digital*. Cendikia Mulia Mandiri.

Zaxrie, S. A., Rina, N., Thoibah, S., Putri, K., & Sosial, M. (2024).  
*Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital  
Dalam Kehumasan The Role Of Social Media As A Digital.*