

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Darmawan. (2020). *Melejitkan pemasaran UMKM melalui media sosial*. Caremedia Communication.
- Firmansyah, D. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Greenwood, G. L. (2018). *Vintage Luxury Fashion*.
- Griffin, E. (2018). *A First Look at Communication Theory -10/E*. New York.
- Handani, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hasbi, I. (2021). *Administrasi Pendidikan*. Bandung.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Boston.
- Setiawan, Z. R. (2023). *Buku Ajar Digital Marketing*. Jakarta: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence*. New York.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Salma, S. (2023, Maret 2). *Teknik Pengumpulan Data: Pengertian, Jenis, dan Contoh*. Retrieved from deepublish: penerbitdeepublish.com
- Winarso, W. (2023). *Pemasaran Digital*. Makassar: Mitra Ilmu.

Jurnal dan Skripsi

- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Jurnal UIN*.
- Atmoko. (2019). Pengaruh kemudahan akses dan diskon terhadap keputusan pembelian pada situs online tiket.com. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1-15.
- Atmoko, T. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Indonesian Tourism Hospitality and Recreation*.
- Bambang. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Hotel di Kota Pekanbaru. *Yayasan Lembaga Pendidikan Islam Pekanbaru*, 1-96.
- Dayfullah, H. (2023). Pengemasan Pesan Tokoh Politik pada Akun Instagram @Pinterpolitik (Analisis Isi Kualitatif Konten Tokoh Politik Periode Oktober 2022 – Maret 2023). *Esprint UPJ*.
- Deslima, Y. D. (2019). Pemanfaatan instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam UIN Raden Intan Lampung. (*Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung*).
- ER, L. (2019). Hubungan antara citra merek (brand image) operator seluler dengan loyalitas merek (brand loyalty) pada mahasiswa pengguna telepon seluler di fakultas ekonomi reguler Universitas Diponegoro Semarang. (*Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro*).
- Fatimah, A. (2022). social media sebagai media Kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Jurnal Visi Komunikasi Volume 13*, 1-55.

- Firmansyah, A. (2022). Pengaruh Dimensi Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1-10.
- Haryono. (2020). Konsep, Pengertian, dan Tujuan Kolaborasi. *DAPU6107 Edisi 1*, 3-62.
- Heriyanto, H. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *ejuournal undip*.
- Hidayah, N. (2019). Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store. 1-37.
- Husna. (2022). Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. (*Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*), 10.
- Husna. (2022). Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. (*Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*), 10.
- Innay, I. (2023, September 19). *Sasana Digital*. Retrieved from Bisnis Digital:
- Jatmiko. (2014). Komunikasi Pemasaran Sebagai Strategi Peluas Pasar. *Universitas Esa Unggul*.
- Lubis, E. E. (2019). Pemanfaatan instagram sebagai social media marketing er-corner boutique dalam membangun brand awareness di kota pekanbaru. (*Doctoral dissertation, Riau University*).
- Prameswara, A. (2023). Pengemasan Pesan Lingkungan Pada Akun Instagram @PANDAWARAGROUP. *Esprints UPJ*.
- Pratama, H. A. (2022). Makna Komunikasi Nonverbal Dalam Kesenian Debus Di Kebudayaan Banten. *UNIKOM*, 40-49.
- Priadji, P. &. (2023). Media Sosial sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 581-588.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2016, Juli 20). Pengaruh Brand Ambassaador Terhadap Minat Beli sebagai Keputusan Minat Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. Retrieved from Azarine Cosmetic: www.azarinecosmetic.com
- Putra, M. I. (2019). Pengaruh brand ambassador terhadap brand image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1).
- Renaldi, A. S. (2020). Efektivitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi on TV). *UNIKOM*, 44-55.
- Shimp. (2022). Pengaruh Daya Tarik Lazada E Commers, Promosi Penjualan Di Instagram Lazada, dan Brand Ambassador Terhadap Minat Bertransaksi di Lazada 50KOM2022. (*Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*), 55-78.
- Untari. (2019). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.

Sumber Online

- Azarine Cosmetic. (2022, Juli 20). *Awards Azarine*. Retrieved from Azarine Cosmetic: azarinecosmetic.com
- Bestari, N. P. (2022, January 20). *Tech*. Retrieved from 76,8% Warga RI sudah Pakai Internet, Tapi banyak PR-nya: cnbcindonesia.com
- databoks. (2024, Maret 01). *Teknologi & Telekomunikasi*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024#:~:text=Secara%20keseluruhan%2C%20We%20Are%20Social%20mencatat%20ada%20139,Juta%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20pada%20Januari%20>
- greatnusa. (2023, Maret 26). *Great Nusa*. Retrieved from Artikel: <https://greatnusa.com/artikel/workshop-adalah/>
- Hidayat, W. (2014, 11 24). *Sorotan Dunia*. Retrieved from KOMINFO: kominfo.go.id
- Kumparan. (2023, Oktober 16). *News*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/arti-frekuensi-pengertian-dan-signifikansinya-dalam-berbagai-konteks-2105aweQSgR/full>
- Pamudi, T. S. (2023, Mei 03). *Business*. Retrieved from SWA: swa.co.id
- Riadi, M. (2016). *Sejarah, Tujuan dan Tahapan Analisis Isi*. Retrieved from Komunikasi: kajianpustaka.com
- Sarjana, N. (2023, Juli 23). *detikEdu*. Retrieved from Detik.com: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6843072/definisi-data-sekunder-dan-cara-memperolehnya#:~:text=Data%20sekunder%20adalah%20sumber%20data,diakses%20dibandingkan%20dengan%20data%20primer.>
- Syafnidawaty, S. (2020, November 08). *DATA PRIMER*. Retrieved from Universitas Raharja: raharja.ac.id
- Universitas Medan Area. (2022). *Mengenal Unit Analisis: Pengertian, Jenis serta Contoh*. Retrieved from LP2M: lp2m.uma.ac.id