

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arianty, Nel. Manajemen Pemasaran. Edisi revisi. Medan: Perdana Publishing, 2016.
- Armstrong, P. K. (2019). Prinsip - Prinsip Pemasaran (12 Jilid I ed.). Jakarta: Erlangga. Retrieved 2023
- Doorley, J., & Garcia, H. (2015). *Reputation management 3rd edition, the key*. New York: Routledge.
- Firmansyah, M. Anang. , Komunikasi Pemasaran. Pasuruan Jawa Timur: Cv. Qiara Media, 2020.
- Maharani, I. A. (2021). Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing. CV. Cendekia Pres.
- Nabila, D. e. (2020). Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0 . Malang: PT. Cita Intrans Selaras.
- Rachmadi, T. (2020). The Power Of Digital Marketing. Tiga Ebook.
- Sedjati, R. S. (2015). Manajemen Strategis. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Smith, R. D. (2017). *Strategic Planing for Public Relation (5th Edition)*. Routledge: Routledge; 5 edition (May 24, 2017).
- Wijoyo, Hadion, Irjus Indrawan, dan Musnaini Musnaini. Digital Marketing. Banyumas, Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2020.

Jurnal

- Astuti, R.L. M. B. 2016. Pengaruh Promosi Online dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bauman, C. (2015). Brand exposure: A critical but often overlooked aspect of brand management. *Journal of Product & Brand Management*, 24(7), 695-697. doi: 10.1108/JPBM-09-2015-0977.
- Erlita, N. (2016). Potret Periklanan di Media Massa Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, volume 5 (nomor 2 juli 2016).
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF*, Volume 15 (No. 1 Juni 2018).
- Hendrayani, M. (2020). KOMUNIKASI ORGANISASI PADA THE HATCH INDONESIA. *Jurnal Skirpsi Program Studi Ilmu Komunikasi Univeristas Telkom*, 5.

- Hidayah, Nurul. "Analisis Strategi *Digital Marketing* Dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store". Skripsi, Program Sarjana, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2018.
- Maulana, I., Manulang, J. M., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, Vol. 17 (No. 1 Maret 2020).
- Novatricia. "Perancangan *Media Planning* Konten *Digital Marketing* pada Media Facebook dan Instagram Es Teler 77 dalam Meningkatkan User Engagement pada periode Januari – Juni 2018. Skripsi, Program Sarjana, Universitas Mercubuana, Jakarta, 2018.
- Rachmawati, Fitri. "Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya". Skripsi, Program Sarjana, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2018.
- Sari, Sartika Widhi Ayu. "Implementasi Marketing Grab dalam Menarik Minat Konsumen di Kota Jambi". Skripsi, Program Sarjana, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin, Jambi, 2020.
- Shimp, T.A., Andrews, J.C. (2013). Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications. United States: Cengage Learning.

Sumber Online

- Admin LinovHR. (2020, Desember 18). *Ingin menjadi Social media specialist ? Kuasai 6 skill ini*. LinovHR. <https://www.linovhr.com/social-media-specialist/>.
- Afifah, L. (2020, Maret 20). *5 alasan pentingnya pengalaman kerja untuk kemajuan karier*. IDN TIMES. <https://www.idntimes.com/life/career/lutfia-afifah/5-alasan-pentingnya-pengalaman-kerja-untuk-kemajuan-karier-c1c2/5>.
- Annisa, T. (2021, September 14). *Brand awareness: Pengertian, strategi dan 3 contohnya*. EKRUT. <https://www.ekrut.com/media/brand-awareness-adalah>.
- Anwar, I. (2021, Maret 18). *Apa itu kalimat persuasif, ciri-ciri dan contohnya?* Tirto.id. <https://tirto.id/apa-itu-kalimat-persuasif-ciri-ciri-dan-contohnya-gbfc>.
- Badan Pusat Statistik. (2021, Mei 5). *Februari 2021: Tingkat pengangguran terbuka (tpt) sebesar 6,26 persen*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/05/05/1815/februari-2021--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-6-26-persen.html>.

- Chandra, K. (2021, Februari 12). *"Riding the wave": Strategi pemasaran yang ampuh tarik konsumen*. Ultimaz. <https://ultimagz.com/ipitek/riding-the-wave-strategi-pemasaran-yang-ampuh-tarik-konsumen/>.
- Dream Box. (2019, Agustus 23). *Ketahui 4 tingkatan dalam brand awareness!* Dreambox.id. <https://www.dreambox.id/blog/ketahui-4-tingkatan-dalam-brand-awareness/>.
- eMarketer. (2020). *Indonesia digital outlook 2020: Emarketer's predictions for the year ahead*. <https://www.emarketer.com/content/indonesia-digital-outlook-2020>.
- eMarketer. (2020). *Indonesia: Social media usage*. <https://www.emarketer.com/content/indonesia-social-media-usage>.
- eMarketer. (2020). *Social media users in Asia-Pacific 2020: Emarketer's forecast for China, India, Indonesia and more*. <https://www.emarketer.com/content/social-media-users-in-asia-pacific-2020>.
- Ismail, I. (2021, September 29). *Social media campaign dan peran pentingnya dalam meningkatkan brand awareness*. Accurate.id. <https://accurate.id/digital-marketing/social-media-campaign/>.
- Kementerian Keuangan. (2021, Juni 11). *Ekonomi digital Indonesia diprediksi tumbuh hingga delapan kali lipat di tahun 2030*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ekonomi-digital-indonesia-diprediksi-tumbuh-delapan-kali-lipat-di-tahun-2030/>.
- Kementerian Keuangan. (2021, Mei 27). *Harapan untuk industri digital di Indonesia*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/harapan-untuk-industri-digital-di-indonesia/>.
- Novianingsih, Y. (2021, September 7). *Komunikasi persuasif: Pengertian, tujuan, dan strategi*. TribunNews. <https://www.tribunnews.com/pendidikan/2021/09/07/komunikasi-persuasif-pengertian-tujuan-dan-strategi?page=2>.
- Pramudyatama, Y. (2021). *Pengertian dan jenis-jenis influencer marketing*. Whello. https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:kJixckj_aTUJ:https://whello.id/tips-digital-marketing/pengertian-dan-jenis-jenis-influencer-marketing/+&cd=13&hl=id&ct=clnk&gl=id.

