

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

Darmanto, D., & M Ed. (2019). Pengantar Ilmu Administrasi.

Rachmadi, Tri. 2020. *The Power Of Digital Marketing*.

Ngatno. 2016. Manajemen Pemasaran

### **Jurnal :**

Alvionita Citra Dewi, Eka Pramono Adi, Z. A. (2021). Pengembangan Infografis Melalui Instagram Sebagai Penguatan Pemahaman Pokok Bahasan Sistem Pencernaan Manusia. *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 4(2), 216–224. <https://doi.org/10.17977/um038v4i22021p216>

Anoraga, P. (2018). Pengaruh Harga, Promosi dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. *Manajemen Pemasaran, Hlm 117-120*, 15–56.

Anshari, M. F., & Mahani, S. E. (2018). Pengaruh *Digital Marketing* dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying pada Situs Berrybenka.com (Studi pada Masyarakat Kota Bandung). *Prosiding Manajemen*, 0(0), 1174–1179. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/13145>

Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>

- Darmanto, D., & M Ed. (2019). *Pengertian Administrasi*.
- Dewi Untari, D. E. F. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta*, 2. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Fatmawati, S. (2018). Pengaruh Iklan Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FISIP UNISKA MAB. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–11.
- Fauzi, Y. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 01(03), 143.
- Fawaid. (2017). Pengaruh *Digital Marketing System*, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1).
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 87–96.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan

(Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76–82.  
<https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>

Lenda Surepi, Azwar Rahmat, R. J. (2021). PERANAN ADMINISTRASI BISNIS DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA. *JURNAL AGHINYA STIESNU BENGKULU*, 4.

Lina Marliani, M. S. (2019). DEFINISI ADMINISTRASI DALAM BERBAGAI SUDUT PANDANG. *Jurnal Ilmial Ilmu Administrasi Negara*.

Nuvia Ningsih, D., & Wahyu Hidayat Rusno, C. (2020). PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN SOCIAL MEDIA TERHADAP MINAT BELI GARSKIN YANG DIMEDIASI WORD OF MOUTH. In *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)* (Vol. 6). <http://ejournal.unikama.ac.id>

Praditya, A. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis *Online Shop*. *JURNAL SeMaRaK*, 2(1).  
<https://doi.org/10.32493/smk.v2i1.2664>

Priangani, A. (2013). MEMPERKUAT MANAJEMEN PEMASARAN DALAM KONTEKS PERSAINGAN GLOBAL. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.

Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.

Ramadan, A. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam.” *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64–84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>

- Setyowati, R. (2020). Strategi Pemasaran Melalui *Digital Marketing* Pada PT. Vitapharm. *Mini Riset, Universitas Islam Indonesia*, 1–19. [https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/28279/17211058\\_Riza Setyowati.pdf?sequence=1](https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/28279/17211058_Riza_Setyowati.pdf?sequence=1)
- Silviana. (2020). PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MELALUI SOSIAL MEDIA. *Journal of the American Chemical Society*. <https://shodhganga.inflibnet.ac.in/jspui/handle/10603/7385>
- Yati, R. (n.d.). *Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>