

DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

Erislan, S. T. (2024). BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN DIGITAL.

www.mitrailmumakassar.com

Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis* (p. 310). Cv Sah Media.

<https://doi.org/978-602-6928-23-8>

Kotler Philip, & Keller Lane Kevin. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Adi Maulana & Wibi Hardani, Eds.; 13th ed., Vol. 1).

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga

Rahayu, S. (2022). *Buku Manajemen Pariwisata*.

<https://www.researchgate.net/publication/370059913>

Ria Estiana, Nurul Giswi Karomah, & Teddy Setiady. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*.

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=GOxOEQAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=promosi+media+sosial+adalah&ots=6IQiH2tcSZ&sig=6veKY_e-ZVT5qLXPJslig5Ut9GM&redir_esc=y#v=onepage&q=promosi%20media%20sosial%20adalah&f=false

Rifqi Suprpto, & Zaky Azizi. (2020). BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN.

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=uHbJDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=info:G4RRycDq1McJ:scholar.google.com/&ots=QDN4rmE_yx&sig=oiqQV3LC1sPjocFEqRPmG51RBmA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Salim, E., Ali, I. H., & Yulasmi, M. (2023). Optimalisasi Minat Mengunjungi Destinasi Wisata. <https://gitalentera.com>

Solis, Brian. (2010). Engage! : the complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web. 382.
<https://books.google.com/books/about/Engage.html?hl=id&id=AUczMkQo5F4C>

Sundari Eva, & Hanafi Imam. (2023). Manajemen Pemasaran.

Sugiyono. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (2nd ed.). ALFABETA, cv.

Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis : Metode Penelitian Bisnis (Vol. 1). Alfabeta.

Tracy L. Tuten, Michael R. Solomon. Social Media Marketing - Google Buku. (n.d.). Retrieved October 17, 2024, from <https://books.google.co.id/books?id=gNHGBQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>.

b. Jurnal

Abdul Kohar Septyadi, M. ., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. . (2022).

LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI. JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>

Erlangga, H., Sunarsi, D., Pratama, A., Sintesa, N., & Hindarsah, I. (2021). Effect Of Digital Marketing And Social Media On Purchase Intention Of Smes Food Products. In *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* (Vol. 12, Issue 3).

Susanto Budi. (2020). *Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung.*

Shety Sugiarti Lubis, Sri Anjani, Della Alvionita, & Dini Vientiany. (2024). Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 3(1), 10–22. <https://doi.org/10.55606/makreju.v3i1.3558>

Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL, WORD OF MOUTH, DAN DAYA TARIK WISTA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN OBYEK WISATA GUNUNG BERUK KARANGPATIHAN BALONG. *Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 12–17.