

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. https://drive.google.com/drive/folders/1--GM70ocRdfBkLM_1449j0RMaQJMXZJ

Widyawati, N., Winarni, W., Haryati, T., Sawir, M., Suwandi, Arisanti, D., Kasmaniar, Santoso, R., Machieu, S. R., Ilham, Oktasari, E., Rahma, R., & Wijaya, S. (2024). *Ilmu Administrasi Bisnis Suatu Pengantar*. Eureka Media Aksara.

B. Jurnal

Abdul Aziz, R. (2020). E-Book Digital Marketing Content. *E-Book Digital Marketing*, 14.

Fauzi, V. P. (n.d.). *PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI SOCIAL MEDIA MARKETING ER-CORNER BOUTIQUE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS DI KOTA PEKANBARU*. 3(1), 1–15.

Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>

Lininati, E. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Food Court. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(2), 97–103. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i2.4834>

Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang. *Jurnam Manajemen*, 6(2), 620–630.

Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., Tegar, M., & Putri, S. S. A. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan*

Tata Niaga (JPTN), 11(1), 43–49.

<https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p43-49>

Studi, P., Komunikasi, I., & Surakarta, U. S. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA*

SOSIAL DALAM MEMBANGUN EKSISTENSI KOMUNITAS TRUE BLUE

INDONESIA Oleh : Wahyudi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu

Komunikasi dan Manajemen. 55–72.