

## DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Adinugraha, Hendri Hermawan et. all. (2021). *Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Alfajri,dkk (2019). Pemanfaatan Sosial Media *Analytics* pada Instagramdalam Peningkatan Efektivitas Pemesaran. *Interaksi: Jurnal Komunikasi*.
- Akbar, Y. H., & Helmiawan, M. A. (2018). Penerapan Strategi Sosial Media Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Dealer Mobil Toyota, Daihatsu dan Honda Bandung. *Infoman's: Jurnal Ilmu-ilmu Manajemen dan Informatika*, 12(2), 115-124.
- Alfons. (2019). Trend Bisnis Kecantikan. [www.regenesis.co.id](http://www.regenesis.co.id).
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryanto, V., D., W. & Wismantoro, Y. 2020. *Marketing Digital; Solusi Bisnis Masa Kini Dan Masa Depan*. Yogyakarta: Kanisius.
- As'ad, H. A. R. And Al Hadid, A. Y. (2015). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan*. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res.* Vol 3(1), 315–326.
- Asriyani & Ayu (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Produk Haus Melalui Akun @HAUS.INDONESIA. *Jurnal Akrab Juara*, Vol 5, No 2, pp 97-114.
- Aziz, M. Abdul. (2018). Netizen Jurnalisme dan Tantangan Dakwah di Media Baru.
- B.D.Atmoko. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita, Jakarta
- Chaffey D, C. F. (2009). *Internet Marketing: Strategi, Implementation, and Practice*. United States: Prentice Hall.
- Dewa, Eka Prayoga .(2022). Main Facebook. Jakarta: Billionare Store.
- Dewi. (2010). *Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Puskesmas Gunung Pati Semarang)*. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Dharmesta, MBA. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Pria dan Wanita terhadap Iklan Televisi pada Sikap dan Niat Pembelian. Tesis: Fakultas Gajah Mada.
- Edwin & Aditya, F. (2020). *70% Praktek Instagram Ads Step by step beriklan di Instagram*
- Helianthusonfri. Jefferly. (2018). *Tools for Social Media Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Hermawan, K & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*.
- Iman, L.Z. & Mawardi, M. K. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran E-Commerce pada Produk Kosmetik Buatan Dalam negeri di Kota Malang*.  
*Islamic Communication Journal*. 3(2): 121-140  
Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kingsnorth., S. (2016). *Digital Marketing Strategy; An Integrated Approach To Online Marketing*. London: Kogan Page.
- Kotler, P. (2017). Philip Kotler : Some of my adventures in marketing. *Journal of Historical Research in Marketing*, 9(2), 203-208.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0; Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip Dan Kevin Keller Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1 Dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kussudyarsana, K., & Rejeki, L. (2020). Pengaruh Media Sosial Online dan Media Promosi Offline Terhadap Pemilihan Merek Produk Skincare dan Klinik Kecantikan. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 22(1), 1-11.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mengenal Platform Pemasaran Digital Untuk Pebisnis Pemula / merdeka.com, (n.d.). Retrieved October 14, 2021, <https://www.merdeka.com/teknologi/mengenal-platform-pemasaran-digital-untuk-pebisnis-pemula.html>
- Mulyono. (2019). *Analisis Uji Asumsi Klasik*. diakses pada 15 Desember 2020.
- Nabila, Marsya. (2018). *Survey APJII: Pengguna Internet di Indonesia Capai 171,17 Juta Sepanjang 2018*. Artikel diakses dari <https://dailysocial.id/post/pengguna-internet-indonesia-2018> pada tanggal 16 Mei 2019.
- Nadya. (2016). Peran Digital Marketing dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jelelet Murni. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.
- Nabila. (2019). *Pengaruh Komunikasi Merek, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Melalui Media Online Terhadap Loyalitas Merek Pada E-Commerce (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce di FE UII)*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Ningsih, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 50-57.
- Nurkinan. (2017). Dampak Media Online Terhadap Perkembangan Media Konvensional. *Jurnal Politikom Indonesiana*. 2(2): 28-42.
- Pangestika, Nadia. (2018). Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori

Puzzel dan Plowhorse Melalui *Suggestive Selling*.

- Paramitha, Cindy Rizal Putri. (2011). “*Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*”. Thesis, Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogoro.
- Penpatra & Peerayuth. (2020). Dimension of social media marketing capabilities and their contribution to business performance of firms in thailand. *Journal Of Asia Business Studies*, Vol 14, No 4, pp 441-461.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Purwana Et Al., (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Ukm) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (Jpmm)*.
- Purwidianoro, Kristanto, dan Hadi. (2016). “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)”. *Jurnal EKA CIDA Vol. 1 No. 1*.
- Rasti, (2019). *Mengembangkan Bisnis Fashion bagi Pelaku UMKM*, diakses 19 Oktober 2020. <https://mnews.co.id/read/beritalainnya/mengembangkan-fashion-bisnisbagi-pelaku-umkm/>
- Rifqi. (2020). *Analisis Pengaruh Direct Marketing dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Kesadaran Merek Shoe Cleaning & Care Candu Bersih*. Skripsi. Universitas Brawijaya, Malang.
- Riyanto, Dwi. (2022). We Are Sosial. <https://www.Hotsuite.com>
- Rizki, Faradila. (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan, Sosial Media Instagram, Terhadap Brand Awareness Melalui Customer Online Engagement Pada Mie Gacoan di Jember*. Skripsi. Universitas Jember, Jember.
- Rossellini. Nindhira, Putri Fendy Suhariadi. (2013). Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Dengan Word of Mouth Pada Pelanggan Klinik Kecantikan London Beauty Centre. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi Vol. 2, No. 3, Desember*.
- Safitri, Indrawan dkk. (2020). Efektivitas Digital Marketing pada Pemasaran. Surabaya.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakart: Elex Media.
- Sekaran, U. dan Bougie, R. J. (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach (7th. Ed.)*. New York: John wiley@Sons.
- Simon. (2020). *Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media*, diakses pada 19 Oktober 2020.

- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa: Yohanes Lamarto.
- Stelzner, M. (2020). *Social Media Marketing Industry Report*. Social Media Examiner
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sudiati, dkk. (2019). *UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa, Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*. Vol 4, No 2, dilihat pada 15 Oktober 2020, 2020. Punya Peran Penting bagi Perekonomian Indonesia, 2019, diakses pada 19 Oktober 2020, 2020.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sundari, S., Sulistyowarni, I., Pertahanan, U., & Ekonomi, K. (2021). *Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing*.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tanuwijaya, J., & Mulyandi, R. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Jurnal Sosial Sains*, 1(5), 368-373.
- Tetty, E & Raharjo, A. (2019). *Pemasaran Digital*.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi OFFSET.
- Tuten, Tracy. R. Solomon. (2015). *Social Media Marketing*. London: Sage
- Wati, R., Indrawati, M., & Soenarmi, S. (2021). Pengaruh E-Referral Marketing, E- Radical Marketing, E-Social Marketing Terhadap E-Customer Behavioral Intention Melalui E-Customer Satisfaction Pada Produk Perawatan Kecantikan Ms Glow Di Surabaya. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(4), 207-222.
- Yogesh, dkk. (2020). Setting the future of digital and social media marketing research: prespective and propositions. *International Journal of Information Management*. diakses 10 November 2020.
- @TriKPhotoshopID & @BisnisAnakMuda. (2014). *Jago Jualan di Instagram*.