

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, A. S. (2020). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia*. 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing* (Sobirin (ed.); Cetakan I). Celebes Media Perkasa.
- Dave, C. (2015). *Digital Business dan E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*.
- Helmi, R. (2022). *Aplikasi Media Sosial Terpopuler di Dunia*.
- Indika, H. R., & Jovita, C. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Vapormxpku Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 3(9), 25–32. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>
- Kotler, K. (2016). *Marketing Manajemen*.
- Learning, B. O. (2021). *Pengertian Digital Marketing*.
- Lutfia, E. (2018). *Optimalisasi Bimbingan Manasik Pada Jamaah Haji Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al- Awwabin Jakarta Selatan Tahun 2018*. 11140530000045.
- Michael, A. K. and H. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. 53, 61.
- Novesal, A. D. (2019). *Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pemasaran Digital*. 3.
- Slyvia M Chan-Olmsted, Monhee Cho, S. L. (2013). *User Perception of Social Media: A Comparative study of Perceived Characteristic and User Profiles by Social Media*. 3, 149–178.