

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I., & Lahindah, L. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA PADA.
- Amriani, E., Syam, A. H., & dkk. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN (Perspektif Digital Marketing)*. Kota Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Astiza, S. W. (2024). Penerapan Digital Marketing menurut Konsumen pada CV Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta. p. 1.
- Beohar, A. (2024). Praktik Terbaik SEO untuk Situs Web Otomotif.
- Cahyono, A. I. (2024). Strategi Digital Marketing TikTok untuk UMKM Indonesia, Buat Bisnis Terkenal Kayak Influencer.
- Darsana, I. M., & dkk. (2023). *Strategi Pemasaran*. Badung: Penerbit Intelektual Manifes Media.
- Gunawan, C. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING : BUKU PEMASARAN DIGITAL*. MAKASSAR: CELEBES MEDIA PERKASA.
- Haque-Fawzi, d. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Herlina, N. (2024). Pentingnya Menggunakan Strategi Komunikasi Pemasaran di Media Sosial Instagram.
- Marlina, L., & dkk. (2020). *Digital Marketing*. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Putri, L. G. (2023). UPAYA PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN BERBASIS STRATEGI.
- Sagita, G. (2022). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN BAKMI TANDO 07.
- Supriatna, T., & dkk. (2022). Promosi Media Sosial dan Literasi Digital Terhadap Kinerja. *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang : Radna Andi Wibowo.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Semarang: Semarang University.