

DAFTAR PUSTAKA

- Hartanto, Hendry, and Engelbertha Silalahi. "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness, Functional Brand Image, Dan Hedonic Brand Image Dari Produk–Produk Samsung Galaxy." *Jurnal Manajemen* 10.2 (2013): 187-203.
- Hidayah, Ida, et al. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudean Di Kaliwungu)." *Solusi* 19.1 (2021).
- SARASTUTI, Dian. Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. *Visi Komunikasi*, 2017, 16.01: 71-90.
- Sihombing, Nikous Soter, et al. *Pemasaran Digital*. Penerbit Widina, 2022.
- Tarihoran, Jessie Elita, et al. "Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Start–Up Di Indonesia." *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* 9.1 (2021): 72-78
- Utami, Hesty Nurul, and Iqbal Fauzi Akbar Firdaus. "Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku online shopping: perspektif pemasaran agribisnis." *Jurnal Ecodemica* 2.1 (2018): 136-146.
- Widiana, Muslichah Erma, and Bonar Sinaga. "Dasar-Dasar Pemasaran." Bandung: Karya Putra Darwati (2010).
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2001), h.64
- Indrapura, Putri Fauziah Sri, and Uus Mohammad Darul Fadli. "Analisis strategi digital marketing di perusahaan Cipta Grafika." *Jurnal Economina* 2.8 (2023): 1970-1978.