

DAFTAR PUSTAKA

- Bukhori, M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo. *Skripsi*, 1–97.
- Fadli Muhamad, L., & Habib Mustofa, M. (2025). Dampak Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Umkm DiJawa Barat:Tinjauan Literatur Sistematis.*BinaUmmat*|,8(1),46.<https://doi.org/10.38214/jurnalbinaummatstidnatsi.r.v8i1.317>
- Nurqamarani, A. S., Priyanto, A., & Fadilla, S. (2024). *TIJAB (The International Journal of Applied Business) Empowering Micro-Businesses : Unveiling the Catalysts behind Social Media Integration in Indonesia*. 8(2), 198–211.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Prasetyo, S., Hadiati, D., Aji, F., Utomo, P., & Handoko, S. (2022). Digital Marketing Dan Membangun Branding Di Masa Pandemi Covid-19. *BULLET : Jurnal Multidisiplin ilmu* 1(6), 1000-1005. <https://journal.mediapublikasi>.
- Rastianda, F., & Abdillah, F. (2024). *The Implementation Of Marketing Communication Elements For The Sustainability Of Micro-Enterprises : A Case Study*. 1(1), 419–424.
- Rochmaniah, A., & Puspita, D. (2024). The Influence of Instagram on Purchasing Decisions and Consumptive Behavior. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(1), 99–111. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i1.4978>
- Situmorang, F. D., Triana, R., Sidabutar, Y., & Ardana, T. N. (2025). *Analisi Pengaruh Aplikasi Tiktok dan Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen*

dalam Pembelian Online Melalui Promosi Influencer. 2024.

Soemarno, V. D. D. (2025). *YUME : Journal of Management Studi Komparatif Efektivitas Iklan Berbayar di Media Sosial Facebook dan Instagram. 8(2), 228–234.*

Umam, M. C., Febriana, W., Wardi, P. A., Nirwana, B. N., & Bumigora, U. (2024). *Eksplorasi Strategi Branding dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Era Digital Article History : signifikan pada dunia bisnis , terutama dalam bidang pemasaran dan branding.Digitalisasi tetapi juga untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan konsum. 5(4), 409–419.*