DAFTAR PUSTAKA

Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital : Sebuah Tinjauan Literatur. Jipis, 31(2), 134–148. https://doi.org/10.33592/jipis.v31i2.3286

Afandi, Y. (2019). Gereja dan Pengaruh Teknologi Informasi "Digital Ecclesiology." Fidei: Jurnal Teologi Sistematika Dan Praktika, 1(2), 270–283. https://doi.org/10.34081/270033

habibah, suci, & Berlian Purnama, D. (2022). Educational Guidance and Counseling Development Jounal Tingkat Adiksi Penggunaan Media Sosial Remaja: Studi Deskriptif. Educational Guidance and Counseling Development Jounal, 5(2), 106–113.

Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ekoprint. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(2), 147–152.

Krisnaresanti, A., Naufalin, L. R., Indrayanto, A., & Sukoco, H. (2022). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Media Digital Sebagai Alternatif Pemasaran Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 6(3), 1063–1073. https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2453

Kusuma, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Media Radio Melalui Program On-Air. Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 6(1), 20. https://doi.org/10.31764/jail.v6i1.11140

Linda, Nurfauzi, K. R., & Amalin, K. (2024). Circular Model of SOME dalam Komunikasi Korporasi MYLK di Media Sosial Instagram. ANALOGI Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 2(2), 32–47. https://doi.org/10.61902/analogi.v2i2.1026

Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do. Jurnal Pustaka Komunikasi, 5(1), 136–149. https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1883

Riska Utami, & Achmad Fauzi. (2023). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Revolusi Industri 4.0. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis, 3(1), 90–94. https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.663

Rizqy, D., Achsa, A., & Novitaningtyas, I. (2024). Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Digital (Studi Pada Penggunaan Instagram Untuk Bisnis). Jurnal Nusa Manajemen, 1(1), 94–107. https://doi.org/10.62237/jnm.v1i1.14

Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam, 2(1), 48–60. https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18

Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science), 20(2), 163–179.