

DAFTAR PUSTAKA

- Alfira. (2023). Pengaruh social media marketing terhadap customer *engagement* dan brand image pada Instagram Shopee Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(1), 9–17.
- Andryas, P., Pujianto, T., & Putri, S. H. (2023). Penerapan strategi pemasaran digital pada usaha Jamu Si Nok dengan menggunakan metode SOSTAC. *JEPA (Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis)*, 7(2).
- Anjani, R. W. (2024). Implementasi digital marketing dalam mengembangkan strategi bisnis digital di era transformasi digital. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), 29–40.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 59–68.
- Ashilah, K. (2021). Instagram sebagai media pemasaran digital Wasabi Sushi Japanese Food Jember. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 154–160.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(1)
- Astuti, A. W., Sayudin, & Muharam, A. (2023). Perkembangan bisnis di era digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), 2787–2792.
- Christyanti, D. A. (2020). Pengelolaan customer *engagement* pada media sosial untuk membidik pasar milenial pada tahun 2019 (Studi kasus pengelolaan konten promosi Instagram Labalaba periode September 2018–Maret 2019). *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(1), 110–122.
- Cowley-Cunningham, M. B. (2016). 'Jellies & Jaffas': Applying PR Smith's SOSTAC marketing model to an online confectionery start-up. SSRN.
- Dewi, K. (2023). Analisis konten strategi komunikasi pemasaran di era digital pada aplikasi TikTok (Studi kasus akun TikTok @zaaferindonesia). *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 3(2), 507–514.
- Elfira Prasanti, Saifuddin Zuhri, Zainal Abidin Achmad, & Ririn Puspita Tutiasri. (2023). Implementasi teori AISAS dalam strategi komunikasi pemasaran digital @stripesmestore di Instagram. *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(5), 3017–3022.

- Felix, A., Cerlysia, Liu, D. S., Hendra, M., Tjalani, R., & Colin, V. (2023). Strategi komunikasi pemasaran digital: Mengoptimalkan uniqueness untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. *Jurnal Common*, 7(2), 164–175.
- Feriyati, I., & Deslia, I. F. (2024). Strategi digital marketing communication Maestro Parfum dalam meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 23–32.
- Gobel, E. C. D., Arifin, I. N., & Hardiyanti, W. E. (2022). Pengaruh media pembelajaran real object terhadap minat belajar anak pada tema alam semesta di TK kelompok B. *Jurnal Ilmiah Potensia*, 7(2), 162–173.
- Hafid, M. A., & Fahrullah, A. (2023). Peran media sosial sebagai strategi komunikasi pemasaran dalam perspektif manajemen bisnis syariah di Eventsurabaya. *Jurnal Syarikah*, 9(1), 34–46.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran digital sebagai strategi pemasaran: Conceptual paper. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1).
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., & Lauren, J., & Loisa, R. (2023). Pesan pemasaran elektronik (digital) produk kecantikan. *Prologia*, 7(2), 346–353.
- Mahayasa D, I. D. M. (2023). Meningkatkan kompetensi guru dalam menerapkan pendekatan saintifik melalui kegiatan lesson study dalam Kurikulum 2013. *Indonesian Journal of Instruction*, 4(1), 10–17.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE.
- Moonlight, L. S., Sari, D. R., Rochmawati, L., Fatmawati, Hariyanto, D., Puspitaningsih, R., Parameswari, A., & Silvia, M. A. (2022). Penyuluhan dan pelatihan komunikasi digital dalam digital marketing di Desa Supiturang Kecamatan Pronojiwo, Kabupaten Lumajang. *Journal of Public Transportation*, 2(2), 29–38.
- Nabiilah, S. A. A., & Yudhiasta, S. (2024). Peran agensi digital marketing dalam meningkatkan *brand awareness* Swantastic Pro Travel Event & Organizer. *JIIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7(9), 9768–9774.
- Nobelta, O. V., & Rahmalia, A. N. (2024). Manajemen periklanan UMKM digital oleh agensi lokal (Studi kasus manajemen periklanan digital pada Uruga Digital Agency). *Jurnal Audiens*, 5(1), 1–13.

- Nazulfa, I., & Santoso, R. (2023). SOSTAC sebagai strategi pemasaran digital pada start-up Picnicker untuk meningkatkan merchant. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 8(1), 1–17.
- Octoriansyah, D. M. (2022). Pengaruh komunikasi pemasaran digital dalam membentuk kesadaran merek dan keputusan membeli produk Dealjava di Kota Medan. *Jurnal Komunika*, 18(1), 45–52.
- Poltak, H., & Widjaja, R. R. (2024). Pendekatan metode studi kasus dalam riset kualitatif. *Local Engineering—Journal of Local Architecture and Civil Engineering*, 2(1), 31–34.
- Putro, H. C. (2023). Penelitian dan pengembangan ilmu akuntansi dengan metodologi pendekatan kualitatif. *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 4(1), 806–813.
- Reza, F., & Silalahi, I. V. (2023). Peran sosial media dalam perkembangan pemasaran digital: A systematic literature review. *Jurnal Dimamu*, 3(1), 97– 111.
- Sari, L., & Hayati, N. (2022). Pemetaan subyek penelitian pada skripsi mahasiswa Fakultas Kedokteran UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Al-Maktabah*, 21, 14–25.
- Setia Buana, I. K. (2020). Implementasi aplikasi speech to text untuk memudahkan wartawan mencatat wawancara dengan Python. *Jurnal Sistem dan Informatika (JSI)*, 14(2), 135–142.
- Smith, P. R. (2019). *The SOSTAC® guide to your perfect digital marketing plan*. PR Smith.
- Sugiarto, W., & Gartanti, W. T. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital Kartu By.U. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2), 436–443.
- Triadi, D., & Darnita, C. D. (2021). Strategi membangun brand image dan promosi dengan sosial media pada UMKM Jawet Sama Arep. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(1), 326–348.
- Warawu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211.
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh. (2021). Systematic literature review: Peran media sosial terhadap perkembangan digital marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 20(2), 163–179.

- Wildan, S., & Idris, H. (2023). Pembelajaran daring berbasis pendekatan studi kasus di era digital. *As-Sabiqun: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 5(1), 198–205.
- Wijaya, W. T., & Dewi, I. C. (2023). Digital marketing communication *strategy* dalam meningkatkan *brand awareness* KIMO Resort Pulau Banyak Aceh Singkil. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(3), 1793–1812.
- Yuliana, L., Saptorinie, N., Rizkyllah, A., Priantono, T. D., & Masnia. (2022). Perubahan perilaku konsumen dan pengaruh influencer terhadap pola konsumtif dalam kondisi pandemi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, 4(1), 26–42.
- Zafallah, Y., Wibowo, K. A., & Fuady, I. (2022). Analisis isi penggunaan Facebook dalam marketing dan branding produk kecantikan Scarlett dan Skin Dewi. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2), 1048–1059.