

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Abdillah, L. A. (2022). *Peran Media Sosial Modern*. Bening media Publishing.

sAwaluddin, R. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Penerbit Insania.

Ayesha, I. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. PT. Global Eksekutif Teknologi.

Erwin, Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., & Nawir, F. (2023). *Digital Marketing (Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Fauziah. (2020). *The Art of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial* (A. Sudirman (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.

Grace, E. (2022). *The Art Of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. CV. Media Sains Indonesia.

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.)). CV. Pustaka Ilmu.

Jamaludin. (2022). *The Art of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial* (A. Sudirman (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.

Maharani, A. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi.

Manullang, S. O. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi* (Romindo & E. Sudarmanto (eds.)). Penerbit Insania.

Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.

- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Harfa Creative.
- Philip Kotler, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., & Kusuma, A. H. P. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Alfabeta.
- Suherman, Musnaini, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Industry 4.0 vs Society 5.0*. CV. Pena Persada.
- Ustundag, A., & Cevikcan, E. (2017). *Industry 4.0: Managing The Digital Transformation*. Springer International Publishing.
- Wahyuni, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Wakarmamu, T. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Eureka Media Aksara.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. PT. Literindo Berkah Karya.

Jurnal:

- Ahmad, & Muslimah. (2021). *Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif*.
- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez)*.
- Crowe, S., Cresswell, K., Robertson, A., Huby, G., Avery, A., & Sheikh, A. (2011).

The Case Study Approach.

Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie).*

Fahimah, M., & Ningsih, L. A. (2022). *Strategi Content Marketing dalam Membangun Customer Engagement.*

Hendarsyah, D. (2019). *E-Commers di Era Industri 4.0 dan Society 5.0.*

Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness pada Kalbis Institute.*

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif.*

Utami, R., & Fauzi, A. (2023). *Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Revolusi Industri 4.0*

Widiasyih, A. S., Syafiruddin, Nasution, K. S., Siregar, D. A., & Aswan, N. (2024). *Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Kopi Pada Era Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0.*

Internet:

Akbar, P. M. (2024). *Media Sosial Sebagai Pemasaran Digital UMKM.* Republika.
<https://www.republika.id/posts/49782/media-sosial-sebagai-pemasaran-digital-umkm>. (Akses 27 April 2024)

Candrawardhani, S. (2024). *Pentingnya Engagement Rate Bagi Bisnis, Faktor, dan Cara Hitungnya.* Kita Lulus.
<https://www.kitalulus.com/blog/bisnis/engagement-rate-adalah/#2-efektivitas-campaign>. (Akses 29 April 2024)

Daon001. (2019). *Apa itu Industri 4.0 dan bagaimana Indonesia menyongsongnya.*

Kementerian Komunikasi Dan Informatika (Kominfo).

[https://www.kominfo.go.id/content/detail/16505/apa-itu-industri-40-dan-](https://www.kominfo.go.id/content/detail/16505/apa-itu-industri-40-dan-bagaimana-indonesia-menyongsongnya/0/sorotan_media)

[bagaimana-indonesia-menyongsongnya/0/sorotan_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/16505/apa-itu-industri-40-dan-bagaimana-indonesia-menyongsongnya/0/sorotan_media). (Akses 27 April 2024)

Keyhole.co. (2024). *Berapa Tingkat Keterlibatan TikTok? (+ Tips Untuk*

Meningkatkannya). <https://keyhole.co/blog/top-tiktok-engagement-rate-tips/>.

(Akses 29 April 2024)

Slice.id. (2024). *[Edisi 2024] Tren Pengguna Media sosial dan Digital Marketing*

Indonesia. PT. Sarana Kreator Teknologi. [https://www.blog.slice.id/blog/tren-](https://www.blog.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024)

[pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024](https://www.blog.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024). (Akses 27 April 2024)

