

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, A. D., Rizan, M., & Febrilia, I. (2024). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media sosial Media sosial terhadap Citra Merek, Loyalitas Merek, dan Niat Beli Ulang pada Social Commerce Tiktok Shop. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(4).
- Alam, W. Y., Pandian, A. P., Cindy, M. R., Billa, E. J. S., Firmansyah, M. R., & Anggraini, D. S. (2023). *Sosial media dan strategi pemasaran*. Sumedang : CV Mega Press Nusantara.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pangandaran. (2023). *Indikator kemiskinan Kabupaten Pangandaran*. BPS Pangandaran. <https://pangandarankab.bps.go.id>
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623
- Elida, T., & Raharjo, A. (2020). *Pemasaran digital* (Edisi pertama). Bogor : IPB Press
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas media sosial sebagai media promosi pada UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fahrizal, D., Djunaedi, & Sudjiono. (2024). *Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus pada Objek Wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk)*. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(4), 10427–10446. j-innovative.org
- Fauzi, R. U. A. (2023). *Strategi pemasaran digital*. Kalimantan Selatan: Ruang Karya Bersama.
- Firdaus. (2024). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta : PT Penamuda Media
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran produk dan merek (Planning & strategy)*. Jawa Timur : Qiara Media.
- Fitri, S. (2022). *Buku ajar pengantar manajemen bisnis syariah*. Tasikmalaya : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Gumanti, M., & Sholikhah, S. M. (2022). *Pengantar manajemen modern*. Tasikmalaya : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
- Hery, A. (2024). *Manajemen pemasaran*. Bandung Barat: PT Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, S., & Prabowo, H. (2021). Pengaruh media sosial terhadap citra merek UMKM di era digital. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 87–94.
- Julianto, E. T. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 16-29.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New York : Pearson Education
- Leon, F. M., Suryaputri, R. V., & Purnamaningrum, T. K. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta Selatan: Salemba
- Lestari, E. D., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 1(2), 75-82.
- Lumingkewas, E. M. C. (2023). *Konsep dasar manajemen: Ilmu dan seni mengatur organisasi*. Sukoharjo : Tahta Media Group
- Melati. (2021) *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish
- Munandar, A., & Yulianto, R. A. (2020). Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(1), 45–53.
- Mustapa, A., Machmud, R., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 264-270.
- Nugroho, A., & Putri, A. M. (2022). *Peran Digital Marketing dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nugroho, I. A., & Dirgantara, I. M. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Havindo Pakan Optima). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1).
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Buku ajar perkuliahan metodologi penelitian bagi mahasiswa akuntansi & manajemen*. Jawa Timur : Widya Gama Press
- Pasaribu, B., Utomo, K.W., Herawati, A., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian*. Media Edu Pustaka. www.mediaedupustaka.co.id

Pemerintah Kabupaten Pangandaran. (2024). *Data Kunjungan Wisatawan Pangandaran 2020–2024*. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran.

Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, A., Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Kabupaten Bandung : Widina Bhakti Persada Bandung

Putri, N. K. A. D., Ni Luh Kadek Laksmi, W., Luh Sri, D., & Rimalinda, L. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram dalam Membentuk *Brand image* Bvlgari Resort Bali. *INSPIRE: Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(1), 20-28.

Ramadhani, H. S., Jumhur, H. M., & Dharmoputra, S. (2019). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap *Brand Awareness*, *Brand image*, Dan *Brand Loyalty* (studi Kasus: Followers Pada Instagram Lazada. co. Id). *eProceedings of Management*, 6(2).

Rifai, D., Fitri, S., Ramadhan, I. N., & Ramadan, R. (2022). Perkembangan ekonomi digital mengenai perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(1), 49-52.

Rizal, A. (2020). *Buku ajar manajemen pemasaran di era masyarakat industri 4.0*. Sleman : Deepublish

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Doctoral dissertation, Udayana University).

Sarah, K. S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Clothing Linkswear. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 397-411.

Sarifiyono, A. P., & Lesmana, B. (2023). *Konten Social Media Marketing dan Tourist Attractions melalui Minat Berkunjung akan Meningkatkan Keputusan Kunjungan Wisatawan pada UMKM di Kawasan Wisata Jawa Barat*. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 12(2), 582–601.
journal.cattleyadf.org+6[researchgate.net](https://www.researchgate.net)+6journal.up45.ac.id+6

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sulistiyo, T. D., & Fitriana, R., (2020). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap *Brand image* The Bunker CafÃ©, Tangerang. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 189-203.

- Sunatar, B. (2024). *Pengantar manajemen*. Kalimantan Selatan : Ruang Karya Bersama
- Surjono, D. W., & Saepudin, H. (2024). *Manajemen pemasaran jasa*. Surabaya : Cipta Media Nusantara
- Suryadi, A., & Wicaksono, D. P. (2024). *Pemasaran digital*. Yogyakarta: Pustakabarupress
- Suryani, T., Nurhadi, M., Fauzi, A. A., & Cordova, F. F. (2022). *Strategi pengelolaan aktivitas pemasaran di media sosial*. Surabaya : CV Jakad Media Publishing
- Syarifudin. (2019). *Citra merek dan dampaknya pada loyalitas pelanggan*. Aceh : Unimal Press
- Tambunan, T. S. (2024). *Pengantar manajemen*. Jakarta : Kencana
- Terry, G. R. (2019). *Dasar-dasar manajemen (Edisi revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Undip Repository: Suharna, Cucu. (2006). *Kajian Sistem Manajemen Mutu pada Pengolahan "Ikan Jambal Roti" di Pangandaran – Kabupaten Ciamis*. Universitas Diponegoro. eprints.undip.ac.id
- Zalsabilah, T. A., Akramiah, N., & Erwantiningsih, E. (2023). Pengaruh media sosial dan citra merek terhadap keputusan pembelian makanan ringan di Toko Liersnack di Pasuruan Raya. In Seminar Nasional dan Call For Paper 2023 dengan tema" Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Menuju Indonesia Emas 2045" PSGESI LPPM UWP (Vol. 10, No. 1, pp. 467-483).