

DAFTAR PUSTAKA

- Monitaria, A. M., & Baskoro Ery. (2021). *Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul*.
- Ramli, Amir, A. S., & Malik, D. (2022). *DIGITAL MARKETING CONTENT*.
<https://www.researchgate.net/publication/383875474>
- Prasetyo, A., Wati, P., Martha, J. A., Indrawati, A., Artha, N., Layout, F., & Wildan Fajar, : M. (2020). *Digital Marketing*.
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. In *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* (Vol. 6, Issue 2).
- Nurlatifah, F., Ariyanti, M., & Iskanto, D. (2025). The Effect of Social Media Marketing On Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Image and Brand Trust. *Quality - Access to Success*, 26(205), 443–450.
<https://doi.org/10.47750/QAS/26.205.45>
- Dhuan Pambayu, A., & Trianasari, N. (2023). YUME : Journal of Management Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Passion Sebagai Variabel Mediasi Pada Samsung Indonesia. In *YUME : Journal of Management* (Vol. 6, Issue 2).
- Hidayatul Khoirun Nisa, S., Shauma Nuril Haqqi, S., Wulan Ramadanti, N., Westrin Kusumaningrum, P., Andarini, S., Respati Kusumasari, I., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2024). Mengenali Tujuan Bisnis dalam Menentukan dan Mengukur Manfaat Melalui Pendekatan Objectives and Key Results (OKR). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 19–28. <https://doi.org/10.62017/merdeka>
- Khaira, U., Suratno, T., Noverina, Y., Abidin, Z., Ferdian Hutabarat, B., Studi Sistem Informasi, P., Sains dan Teknologi, F., Jambi Mendalo Darat, U., Luar Kota, J., & Jambi Regency, M. (n.d.). PEMBUATAN KONTEN DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM KECAMATAN DANAU TELUK. *Agustus*, 6(2).
- Khazimi, M. L., Viana, A., Mulyadi, E., Ropik, P., Adha, R. A., & Khoirunisa, T. (2024). *4 th SENMABIS 2024-Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis 1*

SENMABIS-Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis.

<https://senmabis.nusaputra.ac.id>

Ligar Widanti, A. (2022). *Strategic Management*.

Matthew B. Miles, & A. Michael Huberman. (1994). *Qualitative Data Analysis*.

Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>

Sumardana, A. N. H., Alam Syah Helmy, & Tiawan. (2023a). PENERAPAN METODE OBJECTIVE AND KEY RESULTS PADA STARTUP KEENANSUPERCAR PLATFORM JASA PENYEWAAN MOBIL MEWAH DI BALI. In *JINTEKS* (Vol. 5, Issue 4). www.keenansupercar.com.

Nugraha Harisma Sumardana, A., & Syah Alam, H. (2023b). PENERAPAN METODE OBJECTIVE AND KEY RESULTS PADA STARTUP KEENANSUPERCAR PLATFORM JASA PENYEWAAN MOBIL MEWAH DI BALI. In *JINTEKS* (Vol. 5, Issue 4). www.keenansupercar.com.

Hakim Rahmat, B. (2014). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. www.aswajapressindo.co.id

Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 25–34. <https://doi.org/10.14710/jab.v11i2.42602>

Shinta Novita Sari. (n.d.). *STRATEGI KONTEN PROGRAM TALKSHOW KONTROVERSI DI INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK*.

Soni Santana, Adi Prehanto, & Rangga Gelar Guntara. (2024). Evaluasi dan Rekomendasi Konten Instagram Sebagai Alat Pemasaran UMKM Kripjungan. *Jurnal Transformasi Bisnis Digital*, 1(5), 67–79. <https://doi.org/10.61132/jutrabidi.v1i5.319>

Trianasari, N., Oktarini, R., & Indira, R. (2024). The Effect of Social Media Marketing and Brand Experience on Brand Loyalty of Online Transportation in Indonesia: The Mediating Role of Consumer-Based Brand Equity. *The Effect of Social Media Marketing and Brand Experience on Brand Loyalty of Online Transportation in Indonesia: The Mediating Role of Consumer-Based Brand Equity*, 121–132.

- Vera Nurfajriani, W., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., Afgani, W., Negeri, U. I., Fatah, R., & Abstract, P. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Wardhana, A., & Zainuddin Iba. (2024). *Teknik Pengumpulan Data Penelitian*.
<https://www.researchgate.net/publication/382060598>
- Wardhana, A. (2015). *STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN IMPLIKASINYA PADA KEUNGGULAN BERSAING UKM DI INDONESIA*.
- Widjajanti, R., & Mariyo. (2022). *PADA MAN 2 KOTA MALANG*. 8(2).
- Wijaksana, T. I. H. I., Pradana, M., Wijaksana, T. I., Reshanggono, A. S., & Arwiyah, M. Y. (2021). DIGITAL MARKETING, FUNCTIONAL AND HEDONIC QUALITY EFFECTS ON PERCEIVED VALUE OF INDONESIAN SHOPPING CENTER. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(6), 1 – 8. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85109941700&partnerID=40&md5=55146aa14bf58cc87fb275fb598aca84>
- Ridwan, & Yuli. (2018). *FORMULASI, IMPLEMENTASI DAN EVALUASI STRATEGI DALAM PENYUSUNAN BUSINESS PLAN PADA PT. BOSOWA PROPERTINDO*.
- Abi Melin Monitaria, & Ery Baskoro. (n.d.). *Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul*.
- Amir, A. S. (n.d.). *DIGITAL MARKETING CONTENT*.
<https://www.researchgate.net/publication/383875474>
- Andy, P. :, Wati, P., Martha, J. A., Indrawati, A., Artha, N., Layout, F., & Wildan Fajar, M. (n.d.). *Digital Marketing*.
- Arfan, N., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. In *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* (Vol. 6, Issue 2).
- Hidayatul Khoirun Nisa, S., Shauma Nuril Haqqi, S., Wulan Ramadanti, N., Westrin

- Kusumaningrum, P., Andarini, S., Respati Kusumasari, I., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2024). Mengenal Tujuan Bisnis dalam Menentukan dan Mengukur Manfaat Melalui Pendekatan Objectives and Key Results (OKR). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 19–28. <https://doi.org/10.62017/merdeka>
- Khaira, U., Suratno, T., Noverina, Y., Abidin, Z., Ferdian Hutabarat, B., Studi Sistem Informasi, P., Sains dan Teknologi, F., Jambi Mendalo Darat, U., Luar Kota, J., & Jambi Regency, M. (n.d.). PEMBUATAN KONTEN DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM KECAMATAN DANAU TELUK. *Agustus*, 6(2).
- Khazimi, M. L., Viana, A., Mulyadi, E., Ropik, P., Adha, R. A., & Khoirunisa, T. (2024). 4th SENMABIS 2024-Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis 1 SENMABIS- Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis. <https://senmabis.nusaputra.ac.id>
- Ligar Widanti, A. (n.d.). *Strategic Management*.
- Meikal, R., Made Artana, I., Istri, A. A., & Paramitha, I. (n.d.). *Implementasi Framework Objective and Key Result pada Startup TimbangIN. milesandhuberman1994*. (n.d.).
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Nugraha Harisma Sumardana, A., & Syah Alam, H. (2023a). PENERAPAN METODE OBJECTIVE AND KEY RESULTS PADA STARTUP KEENANSUPERCAR PLATFORM JASA PENYEWAAN MOBIL MEWAH DI BALI. In *JINTEKS* (Vol. 5, Issue 4). www.keenansupercar.com.
- Nugraha Harisma Sumardana, A., & Syah Alam, H. (2023b). PENERAPAN METODE OBJECTIVE AND KEY RESULTS PADA STARTUP KEENANSUPERCAR PLATFORM JASA PENYEWAAN MOBIL MEWAH DI BALI. In *JINTEKS* (Vol. 5, Issue 4). www.keenansupercar.com.

- Rahmat Hakim, B. (2014). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*.
www.aswajapressindo.co.id
- Shinta Novita Sari. (n.d.). *STRATEGI KONTEN PROGRAM TALKSHOW KONTROVERSI DI INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK*.
- Soni Santana, Adi Prehanto, & Rangga Gelar Guntara. (2024). Evaluasi dan Rekomendasi Konten Instagram Sebagai Alat Pemasaran UMKM Kripjungan. *Jurnal Transformasi Bisnis Digital*, 1(5), 6 7–79. <https://doi.org/10.61132/jutrabidi.v1i5.319>
- Vera Nurfajriani, W., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., Afgani, W., Negeri, U. I., Fatah, R., & Abstract, P. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Wardhana, A. (n.d.). *Teknik Pengumpulan Data Penelitian*. <https://www.researchgate.net/publication/382060598>
- Widjajanti, R., & Mariyo, D. (2022). *PADA MAN 2 KOTA MALANG*. 8(2).
- Yuli, R. *, Dosen,), Nobel, S., & Makassar, I. (n.d.). *FORMULASI, IMPLEMENTASI DAN EVALUASI STRATEGI DALAM PENYUSUNAN BUSINESS PLAN PADA PT. BOSOWA PROPERTINDO*.