

DAFTAR PUSTAKA

- Faizin, A. A., Somantri, M., & Christyono, Y. (2017). APLIKASI MEDIA PEMASARAN PROPERTI DENGAN MENGGUNAKAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY PADA PERANGKAT ANDROID. TRANSIENT.
- Firdaus, N. J., Lukitawati, B., & Mustopa. (2021). Strategi Kreatif Iklan di Youtube. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*.
- H, M. R., & Sandiana, L. (2016). APLIKASI PEMASARAN PERUMAHAN BERBASIS TEKNOLOGI. *Jurnal Inspiraton*, 141.
- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran. *JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL*.
- Saefudin, M., & Julisawati, E. A. (2019). Sistem Pemasaran Properti Menggunakan Teknologi Augmented Reality di Perumahan Pamulang Lestari Residence. *Jurnal Ilmiah KOMPUTASI*.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*.
- Fithriya, D. N. L. (2020). CAPAIAN UNGGAHAN KONTEN AKUN INSTAGRAM GEMBIRA LOKA ZOO (GLZOO) YOGYAKARTA TERHADAP ONLINE ENGAGEMENT PADA MASA PANDEMI COVID-19 Dwi Nur Laela
- Jesslyn, J., & Winduwati, S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk. *Prologia*, 5(1), 135. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8178>
- Karin, P., Larasati, P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital (Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in this Digital Age). 1, 1–8. Diambil dari <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/102/89>
- Nabilah, I. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Strategi Bisnis. *Pemanfaatan Digital Marketing dalam Strategi bisns*, (1211800240).
- Pamungkas, E. D. & I. N. A. (2018). Konten Digital Marketing Melalui Instagram Warteg Hipster Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness. *e-Proceeding of Management*, 5(1), 1335.
- Rizkiageng, E. (2020). Misteri Sate Kampret (Studi Kasus Pada Warung Sate Kampret). 1661020.
- Septiano. (2017). Apa Itu Digital Marketing? Pengertian dan Konsep Dasarnya.
- Shintowati, A. R. (2020). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial

- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta - Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Fathurrochman, I., Endang, Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN NILAI JUAL MADRASAH ALYAH RIYADUS SHOLIHIN MUSIRAWAS. *Jurnal Isema*.
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur*.
- Nasrullah, & Muhammad. (2015). Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk . *Jurnal Hukum Islam*.
- Nirwana, A. J. (2016). Media Baru: Lahan Bagi Pencipta Konten Kreatif. *ACADEMIA*.
- Rofiah. (2021). QUALITATIVE METHODS : SIMPLE RESEARCH WITH TRIANGULATION THEORY DESIGN.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Indonesia*.