

## DAFTAR PUSTAKA

- Amsar, A., & Soegiastuti, J. (2023). ETIKA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN DIGITALISASI BAGI UMKM DI KELURAHAN MIJEN KOTA SEMARANG. *Fokus ABDIMAS*, 2(1), 45-48.
- Dewi, A. C., Liyyun, W., Andana, N. A., Lindiani, L., Asbar, M. H., & Magfirah, N. (2023). Pengaruh Strategi Digital Marketing Melalui Penerapan E-Commerce Dan Media Sosial Pada Era Society 5.0. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(5), 1122-1131.
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., ... & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- HIDAYAT, M. H. (2014). *PENGARUH PRODUK JASA, LOKASI, PROMOSI DAN PEOPLE TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN SISWA DALAM MENGIKUTI BIMBINGAN BELAJAR DI LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR (LBB) BINTANG METEOR GRESIK* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Mumtaz, Z. S., & Saino, S. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi tik tok sebagai media promosi dan trend glow up terhadap minat beli produk kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282-291.
- Nadzir, M. M. (2016). Analisis Usaha Event Organizer MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) Melalui Kanvas Model Bisnis dan Peta Empati: Studi Kasus Event Organizer di Yogyakarta dan Surakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 170-193.