

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuni Sentiya, H. S. (n.d.). Analisis Text Clustering Akun Fanpageshopee Indonesia Dengan Komentar Followers Menggunakan Tools Orange Data Mini. 1055- 1067.
- Abdul Rauf, S. O. (2006). Digital Marketing Konsep Strategi . Bandung: PT Mizan. Pustaka. Hendri Hermawan Adinugraha, A. M. (2021).
- Adiputra. I. M. S., dkk. (2021). Metode Penelitian Kesehatan. Medan: Yayasan.
- Agustina, N. 2011. Media dan Pembelajaran. Palembang: Universitas Sriwijaya. Al, S., Djukri, Ratnawati, Budiwati. 2008. Peningkatan Kualitas Belajar
- Apriadi, Deni dan Saputra, A. Y., (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace. Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). Internet marketing: strategy, implementation and practice. Pearson Education.
- Coelho, R. L. F., de Oliveira, D. S., & de Almeida, M. I. S. (2016). Does social media matter for post typology? Impact of post content on Facebook and Instagram metrics. Online Information Review.
- Constantinides, E. (2014). Foundations of social media marketing. ProcediaSocial and Behavioral Sciences, 148, 40-57.
- Doney, J., Wikle, O., & Martinez, J. (2020). Likes, Comments, Views. Information Technology and Libraries, 39(3)
- Egan Evanzha, Y. A. (2021). ANALISA ENGAGEMENT RATE DI INSTAGRAM *Vol.9 No.2, Juli – Desember 2021, 9.*
- Febriyan, F., & Supriono. 2018. Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Brand Awareness pada Produk Internasional. Jurnal Administrasi
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Variabel Pemoderasi. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 23 (2)(1470), 1494.
- Harmawan Teguh Saputra, F. M. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Volume 1, Nomor 1, Juni 2023, pp.29-37, 1, 29-37.*
- Jaakonmäki, R., Müller, O., & Vom Brocke, J. (2017). The impact of content, context, and creator on user engagement in social media marketing. In Proceedings of the 50 tahun Hawaii International Conference on SystemSciences.

- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangga. 16. Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran
- Karim, dkk., 2021; Livana, dkk., 2020;. Nurfitriani, dkk., 2022). Pelbagai pemberitaan terkait Covid-19 seiring berjalan waktu berakibat
- Purba et al., (2021:114), pengelolaan keuangan atau manajemen keuangan adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian kegiatan
- Putra dkk. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Budi Anugrah Bersama.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In Cv. Wade Group.
- Pathak et al., 2014. from publication: A Review of Sorting and Separating Technologies
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta.
- SALVATION, M. D. (2018). The role of social media marketing and product involvement.
- Sumber : Top 50 E-Commerce Sites & Apps in Indonesia 2019 (iprice.co.id), 10 Oktober 2023
- Setiawati dan Widyartati (2017) yaitu. Pengaruh Strategi Pemasaran Online terhadap Peningkatan Laba UMKM.
- Unnava, V., & Aravindakshan, A. (2021). How does consumer engagement evolve when brands post across multiple social media?. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1-18. Rutoto, Sabar. (2007). Pengantar Metodologi Penelitian. FKIP:
- Universitas Muria Kudus. Santoso, A. P. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita. Doctoral Dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember)
- Yadav dan Rahman (2017, p. 1299) mendefinisikan pemasaran media sosial sebagai “suatu proses di mana perusahaan membuat, mengkomunikasikan