

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku UMKM Guna Peningkatan Pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448. <https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v3i2.1866>
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di STAFFEE.CA BOUQUET SIDOARJO. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Ariesandy, P., & Amanda Zuliestiana, D. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen LADYFAMESHOP The Influence Of Social Media Marketing Via Instagram On Purchase Intention Of LADYFAMESHOP Consumers*.
- Aryani, I. D., Murtiariyati, D., Widya, S., & Yogyakarta, W. (2022). Indita Dewi Aryani Dita Murtiariyati SOUVENIR PROJECT. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).
- Atmaja, D. R., & Rahayu, P. (2023). The Effect of Celebrity Endorsement and Sosial Media Marketing on Purchase Intention Skincare Product in Tiktok Shop. In *Majalah Ilmiah Bijak* (Vol. 20, Issue 2). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Djoko Sulistiyo, T., Fitriana, R., & Lee, C. (2020). *Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Café, Tangerang (The Influence of Instagram Social Media Marketing on The Brand Image of The Bunker Café, Tangerang)* (Vol. 21, Issue 2).
- Fajar Alamsyah, G., Baidawi, A., Irmawati, M., Adira Nuryantina, S., Della Tasya, Y., Rusmasitahani, L., Wahidah Nurul Baity, I., Hutami, W., Raynaldi, F., & Fransisko Liu, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dan Endorsement Untuk Meningkatkan Penjualan Pada ROTI BAKAR SETIA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 17–22.
- Felix, A., Livaro, I., Young, F. M., Wijaya, W., & Jonathan, A. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Penggunaan Social Media

- Marketing dan Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Gelato dengan Konsep Unik. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 279–287.
- Hartanto, P., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2022). Analisis Sosial Media Marketing Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 227–232. <https://doi.org/10.37034/infeb.v4i4.180>
- Hidayat, A., & Mukhlisin, M. (2020). Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 675. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1435>
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan CIPTA GRAFIKA. *JURNAL ECONOMINA*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Lailia, V. R. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *Journal of Management and Social Sciences (JMSC)*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i2.161>
- Naufal Dzaki Surya, S., & Gede Juliana Eka Putra, I. (2023). Analisis Model Bisnis STARTUP KEENANSUPERCAR Dengan Metode Value Proposition Design. In *JINTEKS* (Vol. 5, Issue 3).
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Nur Afiana, F., Bratakusuma, T., Rifai, Z., Pribadi, P., Agnu Dian Wulandari, O., Al Azhar, N., Dhiyaulhaq, S., & Fatimatuz Zahra, E. (2021). Pembuatan Video Promosi dengan Metode Value Proposition Canvas pada Hompimpaa. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 84(2).
- Osterwalder. (2014). *Value proposition design : cara menciptakan produk dan jasa yang diinginkan pelanggan. mulailah dengan...* / Alex Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda, Alan Smith ; penerjemah, Novia Angelina (Angelina, Ed.). Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2019 ©2019.

- Permana, R., Ariodutho, S., Dwi Hendrawan, T., & Nasuha, H. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Online UMKM Bumbu Sakato*. 1(3), 135–146.
- Studi, P., Komunikasi, I., Dakwah, F., Komunikasi, D., Ampel, S., Yani, S. J. A., Surabaya, J., Timur, I., Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram HALOA CAFE Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2). <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Wahyuningrum, S. R., & Riskiyah, E. H. (2021). Implementasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Kerupuk Puli Pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Larangan Tokol, Pamekasan. In *Darma Bakti Teuku Umar* (Vol. 3, Issue 2).
- Widya, U., Surabaya, K., Widiana, D., Lonika Angelia, T., & Hana, V. (2023). *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER) Perancangan Proposition Value Canvas (PVC) Dalam Strategi Pengembangan Pasar Wisata Penjaringan Sari Surabaya*.