

Daftar Pustaka

- Abdillah. (2022). Manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Baper Pekanbaru. *Journal of Communication Management and Organization*, 1. <https://journal.rc-communication.com/index.php/JCMO/article/view/8/7>
- ANISA, U. (2023). *PERAN PENGGUNAAN SEARCH ENGINE MARKETING DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada PT Sanjaya Farm Bandar Lampung)*.
- Apriliani, N., & Ekowati, S. (2023). PENGARUH INFLUENCER MARKETING, BRAND AWARENESS DAN KOMUNIKASI PEMASARAN (VIRAL MARKETING) DI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2), 501–515. <https://doi.org/10.36085/JEMS.V4I2.5491>
- Bidin Rosidin, A., Abdul Hamid, dan, & Universitas Paramadina Jakarta, P. (2020). MEDIA ONLINE DAN KERJA DIGITAL PUBLIC RELATIONS POLITIK PEMERINTAH PROVINSI DKI JAKARTA. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 164–174. <https://doi.org/10.32509/.v19i2.1046>
- Brilliandito, R., eProceedings, A. S.-, & 2024, undefined. (n.d.). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tekad Camping Ground. ... *Telkomuniversity.Ac.Id*. Retrieved May 14, 2024, from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/22117>
- Budiastuti Wiratmo, L., Irfan, N., Kuwatono Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Semarang, dan, & Wolter Monginsidi, J. (2017). Website Pemerintah Daerah sebagai Sarana Online Public Relations. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 326–339. <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/139>
- Budiharjo, R., & Mahrani, S. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Dengan Pemanfaatan Teknologi Informasi Secara Online. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i3.273>
- Chakti gunawan andi. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL - Gunawan Chakti - Google Buku* (sobirin, Ed.). celebes media perkasa. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OQzBDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=definisi+digital+marketing&ots=wd7gEe-2hp&sig=5FDCnY1VgP9wIbHeVJXUTMRGWog&redir_esc=y#v=onepage&q=definisi%20digital%20marketing&f=false
- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing Strategy, Implementation, And Practice*. Pearson
- Daftar Alamat Perguruan Tinggi - Sekolah Tinggi*. (n.d.). Retrieved March 28, 2024, from <https://lldikti5.id/evira/frontpage/carialamatpt>
- Daud, R. F., & Novrimansyah, E. A. (2022). Strategi Komunikasi Pembangunan Berkelanjutan Berbasis Kearifan Lokal Pada Daerah Wisata Di Provinsi Lampung.

- INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 3(2), 13.
<https://doi.org/10.24853/INDEPENDEN.3.2.13-28>
- Effendi, Ika. Nur, dkk. (2022). Strategi Pemasaran - Google Books. In E. P. S. Debi Eka Putri (Ed.), *Global Eksekutif Teknologi*. Global Eksekutif Teknologi.
https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran/u-aWEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=peranan+harga&pg=PA94&printsec=frontcover
- Ekonomi, J., Teknologi, M., Alimudin, M., & Dharmawati, D. M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari (Mix Method: Exploratory Sequential Design). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 342–350.
<https://doi.org/10.35870/EMT.V6I2.689>
- erpurini wala, ramadhan kurnia irfan, & indahsari suci. (2023). View of Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2, 95–107.
<https://journal.literasisains.id/index.php/sosmaniora/article/view/1761/933>
- HANAPI, A. A. R. (2023). *ANALISIS AKAD PADA BISNIS PERIKLANAN GOOGLE ADSENSE*.
- Hasan Syahril. (2021). *Digital Marketing (Tinjauan Conceptual)* (S. E. Ak. ,M. M. Riyanto Wurjason, Ed.; Hasan, S. (2021).). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Hayaty, M., & Meylasari, D. (2018). Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi. *Jurnal Informatika*, 5(2), 295–300.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ji/article/view/4027>
- Ikwanda Halim, F., Suranto, B., & Papatungan, I. V. (2020). Implementasi Strategi Search Engine Optimization pada Startup AyoSparring. *AUTOMATA*, 1(2).
<https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/view/15331>
- Jambi, U. B., Diva Pratidina, N., & Mitha, J. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810–815. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3083>
- Kapoor, K. K., Dwivedi, Y. K., & Piercy, N. C. (2016). Pay-per-click advertising: A literature review. *The Marketing Review*, 16(2), 183–202.
<https://doi.org/10.1362/146934716X14636478977557>
- Lelawati, N., Retnaning Rahayu, S., & Muhammadiyah Metro, U. (2021). STRATEGI PROMOSI PENERIMAAN MAHASISWA BARU (PENMARU) UM METRO. *JURNAL LENTERA PENDIDIKAN PUSAT PENELITIAN LPPM UM METRO*, 6(2), 155–165. <http://ojs.ummetro.ac.id/index.php/lentera/article/view/1809>
- Lubis, N. R., Gunawan, A., Penelitian, P., Pengembangan, D., Budidaya, P., & Pari, J. (2017). PROMOSI DAN PUBLIC RELATION DI PERPUSTAKAAN. *Jurnal Pari*, 2(2), 126–136. <https://doi.org/10.15578/jp.v2i2.3257>
- Mahzila, I., Husein, A., & Gunawan, T. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Online. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3).
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23–38.
<https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/KOMUNIKOLOGI/article/view/7616>

- Nathan, A., & Gao, S. (2016). Interactive Displays: The Next Omnipresent Technology [Point of View]. *Proceedings of the IEEE*, 104(8), 1503–1507. <https://doi.org/10.1109/JPROC.2016.2582578>
- off page optimization - Google Penelusuran. (n.d.). Retrieved March 11, 2024, from https://www.google.com/search?q=off+page+optimization&tbm=isch&ved=2ahUKewjkub_mxuyEAxVccGwGHYCBCgMQ2-cCegQIABAA&oq=opage+optimization&gs_lp=EgNpbWciEm9wYWdlIG9wdGltaxphdGlvbioCCAeyBhAAGAcYHjIGEAAyBxgeMgYQABgHGB4yBhAAGAcYHjIGEAAyBxgeMggQABgFGAcYHjIIEAAyBRgHGB5I9BlQ6gRY_gdwAHgAkAEAmAGUAqABzwSqAQUxLjluMbgBacgBAPgBAYoCC2d3cy13aXotaW1niAYB&scient=img&ei=_ybvZaS-HdzgseMPgIOqGA&bih=820&biw=1440&client=safari
- one page optimization - Google Penelusuran. (n.d.). Retrieved March 11, 2024, from https://www.google.com/search?client=safari&sca_esv=673643cfd9d73a9d&rls=en&q=one+page+optimization&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKEwiW4LjlxuyEAxUB-jgGHT23AFMQ0pQJegQICxAB&biw=1440&bih=820&dpr=2#imgcr=W_eIROO1ZbNUtM
- Ony Djogo, Y., & Sanggabua YPKP, U. (2020). STRATEGI MARKETING PENERIMAAN MAHASISWA BARU UNIVERSITAS SANGGABUANA BANDUNG DITENGAH PANDEMI COVID 19. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(2), 63–76. <https://doi.org/10.23969/BP.V2I2.3519>
- Panuju Dr. Redi. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Dr. Redi Panuju, M.Si. (Wanda, Ed.). PRENADAMEDIA GROUP. https://books.google.com/books/about/Komunikasi_Pemasaran.html?hl=id&id=psLvDwAAQBAJ
- Pasaribu, A. F., Rahma, T. I. F., & Dharma, B. (2023). PENGARUH CONTENT MARKETING , VIRAL MARKETING DAN INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA. *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 10(2), 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2>
- permatasari indah, ismiyati fitri nurul. (2023, March 5). *View of STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO DASTER MURAH, KETANON, TULUNGAGUNG*. <https://www.bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/5179/3900>
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*.
- Putri, S. D., & Fithrah, D. S. (2017). PENGARUH ONLINE MARKETING CAMPAIGN #SAMYANGCHALLENGE TERHADAP CONSUMER BEHAVIOR DIGITAL NATIVES PENGGUNA YOUTUBE INDONESIA. *PRofesi Humas*, 1(2), 132–141. <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/11460>
- Rianandita Sari, N., Andra Wijaksono -Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta, R., Andra Wijaksono, R., Transportasi Udara, M., Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta, S., Bantul, K., & Daerah Istimewa Yogyakarta, P. (2022). Penerapan Digital Marketing (Social Media Marketing) Penerimaan

- Taruna-Taruni Baru STTKD Yogyakarta di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).
- Rimbasari, A., Widjayanti, R. E., Muhammadiyah, U. S., & Thahira, A. (n.d.). *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen PENGARUH VIRAL MARKETING DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PLATFORM TIKTOK*. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304>
- Saputra, M. A., Fernando, I., & Irawan, A. (2024). Pemanfaatan Search Engine Optimization (SEO) Serta Search Engine Marketing (SEM) untuk Meningkatkan Penjualan Mobil. *Jurnal Ilmiah Sains Dan Teknologi*, 8(1), 24–37. <https://doi.org/10.47080/SAINTEK.V8I1.3016>
- Sari, O., Rukmana, A., Munizu, M., & Novel, N. (2023). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=yBjEEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA64&dq=teori+Opt-in+Email+Marketing+%26+Mobile+messaging+&ots=x3yyJHAbku&sig=v6L7C RFJwWlhCYdhyqGeqY9G2bk>
- Sebaran Perguruan Tinggi dan Program Studi - Politeknik*. (n.d.). Retrieved March 19, 2024, from <https://lldikti5.id/evira/frontpage/cariptprodi>
- Septiani, P., & Kurniawan, H. (2020). Analisa Penggunaan Keyword Untuk Implementasi Search Engine Optimization (SEO). *Respati*, 15(3), 83–91. <https://doi.org/10.35842/JTIR.V15I3.376.G327>
- social are we. (2023). *Dunia Digital yang Berubah Pada Tahun 2023 - We Are Social UK*. https://wearesocial-com.translate.goog/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Baper Pekanbaru Rizky Abdillah, M. (2022). Manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Baper Pekanbaru. *Journal of Communication Management and Organization*, 1(01), 14–25. <https://journal.rc-communication.com/index.php/JCMO/article/view/8>
- Suryadi, S. (2015). Oleh. *Jurnal Ilmiah AMIK Labuhan Batu, vol 3 no 3*, 9–19.
- Swanitha, N. P. M., Laviyanto, S., & Artana, I. M. (2022). ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA PADA LEMBAGA PENDIDIKAN CYZ. *Jurnal Informatika Teknologi Dan Sains*, 4(2), 149–155. <https://doi.org/10.51401/JINTEKS.V4I2.2036>
- Widodo, H. P., Rinata, A. R., & Ghofur, M. A. (2023). Implementasi Media Digital Marketing Communications Pada Pedagang Ikan Cupang Hias. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 273–283. <https://doi.org/10.33366/JKN.V5I2.417>
- Wira Pati, A., Permata Sari, I., Oktaria, H., & Nur Amalia, K. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru Pada Masa Pandemi Covid-19 Di STEBIS IGM Palembang*.
- Yasin Fathoni, & Saputra Edi. (2023). STRATEGI PENERAPAN DIGITAL MARKETING PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT (LAZ) ZAKAT SUKSES. *Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 15(1). <https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/Tasyri/article/view/1721/728>
- Yuniarsih, Y., Priadi, M. D., Firdaus, R. T. A., & Sabila., S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Volume Jumlah Mahasiswa di masa

- Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Tim Promosi Online Fisip Universitas Sangga Buana). *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (Dimensi)*, 2(1), 35–40. <https://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/adbisindonesia/article/view/1186>
- Yurianto, R., Karimah, L. H., & Aliah, M. (2023). Model Pembelajaran Berbasis Proyek Dengan Menggunakan Platform Raptivity Pada Mata Kuliah Bahasa Arab Di UIN SAIZU Purwokerto. *Lisanan Arabiya: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab*, 7(2), 201–216. <https://doi.org/10.32699/LIAR.V7I2.5720>

