

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Saádi. (2025). *Pengumpulan Data Yang Efisien pada Penelitian Tindakan Kelas: Teknik, Alat, dan Tantangan*. 2.
- Ambarwati, S., Andika, C., Achira, S. P., Andina, A., & Panorama, M. (2023). *Analisis Pertumbuhan Ekonomi Pasca Covid-19 Terhadap Nilai Inflasi yang ada Di Indonesia: Analisis Pertumbuhan Ekonomi Pasca Covid-19 Terhadap Nilai Inflasi yang ada Di Indonesia*.
- Anam, C., & Rani, H. (2021). *Kemampuan Pengusaha Dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan dan Konsep Penjualan Di Masa New Normal Pendahuluan*. 10(2), 92–99. <https://doi.org/10.32502/jimn>.
- Andiena, P. A., Putri, N., Shifa, M., Sutaguna, I. N. T., & Maryoso, S. (2023). *Influence Of Instagram Advertising On Millenial Purchase Intention*. 1(4), 15–21.
- Ariyanto, A. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Aswar, N. F. (2025). *Perilaku Kosumen*.
- Bahri, S. (2025). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P) dalam Prespektif Ekonomi Syariah*. 5(2).
- Baihaqi, S. A., Widodo, S., Sistem, P., & Pendidikan, F. (2025). *Pengaruh Digital Marketing melalui Meta Ads terhadap Brand Awareness UMKM Kopi Pengaruh Digital Marketing melalui Meta Ads terhadap Brand Awareness UMKM Kopi The Influence of Digital Marketing through Meta Ads on MSME Coffee Brand Awareness*. April. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.713>
- Bancin, J. B. (2025). *MANAJEMEN PEMASARAN : TEORI DAN PRAKTIK*.
- Benuf, K., Azhar, M., Badan, S., Hukum, K., Hukum, F., Diponegoro, U., Hukum, P., & Kontemporer, M. (2020). *Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer Jurnal Gema Keadilan Jurnal Gema Keadilan*. 7, 20–33.
- Chaffey, D. (2021). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice*. Pearson Education. \.
- Efendiođlu, İ. H., & Durmaz, Y. (2022). *The Impact of Perceptions of Social Media Advertisements on Advertising Value , Brand Awareness and Brand Associations : Research on Generation Y Instagram Users*. 4684(August), 251–275.
- Ekonomi, F., Islam, U., Lamongan, U., Permasalahan, A., Babat, J., Joyshop, T. T., Digital, S., Tas, T., Babat, J., Digital, S., Digital, S., Babat, J., Kunci, K., & Pemasaran, B. (2020). *PENERAPANMARKETING MIX PADA STRATEGI PEMASARAN KONVENSIONAL DAN DIGITAL*. 5(2), 176–192.

- Elrizal, M. A., & Astuti, R. D. (2024). *The impact of personalized advertising on instagram toward brand loyalty : a study of gen z consumers*. 1(2), 80–97.
- Hartono, P., & Wijaya, S. F. (2025). *Pengantar Manajemen*.
- Hasan, H., Bora, A., Afriyani, D., & Dkk. (2025). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Hassan, D. I. (2025). *Transforming Ads into Relationships : IDLC Finance PLC ' s Breakthrough Moves in Strategic Advertising Approaches , Leading to Potential Students ' Attitude and Growth of Engagement* .
- Husnah, D., Humaniora, S., Ekonomi, P., & Jadid, U. N. (2025). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan : Studi Kasus Yowes Mie*. 05(02), 384–390.
- Isibor, J., Attipoe, V., Oyeyipo, I., Ayodeji, D. C., Apiyo, B., Alonge, E., & Onwuzulike, O. C. (2025). *Analyzing Successful Content Marketing Strategies That Enhance Online Engagement and Sales for Digital Brands*. 5(2), 842–851.
- Junaidi, D. R., & Salam, R. (2025). *Efektivitas Program Taman Maju Bersama dalam Pengelolaan Ruang Terbuka Hijau di DKI Jakarta*.
- Khairunnisa, C. M. (2022). *Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran : Conceptual Paper*. 5, 98–102.
- Liberali, G. (2025). *A New Method of Measuring Online Media Advertising Effectiveness : Prospective Meta-Analysis in Marketing* by.
- Mujito. (2025). *Strategi Pemasaran (Product, Price, Place and Promotion)*.
- Nurrissaa, F., Herminab, D., & Norlaila. (2025). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian : Strategi , Tahapan , dan Analisis Data*. 02(03), 793–800.
- Prihartini, N. T., Mubarakah, & Tondang, I. S. (2023). *ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM AS A PROMOTIONAL PLATFORM OF NHU NHU LEMONGRASS PRODUCTS*. 2018, 652–659.
- Putri, R. A., & Makkasau, A. K. A. (2025). *Manajemen Pemasaran Kesehatan* (M. T. Dr. Rudy, S.T. (ed.)).
- Rahayuningrat, P. S., Ardiani, G. T., Alisa, J., & Sugiarti, R. (2024). *The Effectiveness of Instagram Advertising for Digital Marketing Strategy : Systematic Literature Review*. 7(1), 14–26.
- Rahmawati, D. S., Syawal, M. S., & Santoso, A. A. (2020). *Sponsored Content on Instagram as an Effort to Increase Promotional Effectiveness in Digital Advertising : A Systematic Review of the Literature*. 2018, 964–976.
- Roreng, P. P., Halik, J. B., Halik, M. Y., & Irdawati. (2024). *Systematic Literature Review : Kondisi Makroekonomi Indonesia Pasca Pandemi Covid-19 dan Prospek di Masa Mendatang*. 2(2). <https://doi.org/10.63416/mrb.v2i2.306>
- SATRIA, I. A. (2025). *ANALISIS EFEKTIVITAS META ADS PADA AKUN INSTAGRAM ZYREX INDONESIA (Pendekatan Brand Awareness)*. 1–15.

- Satria, I. A. J. I. (2025). *ANALISIS EFEKTIVITAS META ADS PADA AKUN INSTAGRAM ZYREX INDONESIA (Pendekatan Brand Awareness) ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF META ADS ON THE INSTAGRAM ACCOUNT OF ZYREX INDONESIA (Brand Awareness Approach) APPLIED BACHELOR ' S PROGRAM.*
- Setiawan, M. E., Mintardjo, B. H., Nadira, E., & Instagram, M. (2025). *OPTIMALISASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DIGITAL MARKETING DI ROSALIA INDAH.* 4(1).
- Sosial, J. (2025). *STRATEGI OPTIMALISASI CONTENT MARKETING DAN META ADS UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS.* 5(3), 623–634.
- Sumakul, G. C., Rompas, T. A., Sanggale, M., Bualo, S. M., & Cloudia, K. O. P. 5. (2025). *Bagaimana Facebook dan Instagram Mengubah Cara Kita Beriklan dalam Meta Ads.* 2(6), 156–163.
- Tam, F. Y., & Lung, J. (2025). Digital marketing strategies for luxury fashion brands: A systematic literature review. *International Journal of Information Management Data Insights*, 5(1). <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100309>
- Taryono. (2023). *KONSEP DIGITAL MARKETING BERBASIS FACEBOOK ADS DALAM STRATEGI.* 24(1), 90–101.
- Yanproland, A. B., Firdaus, E., & Rinaldi, A. (2025). *ANALISIS EFEKTIVITAS PEMASARAN DIGITAL IKLAN META TERHADAP PENJUALAN PROPERTI DI PT . SILIWANGI.* 7(04), 609–613.
- Zed, E. Z., Indriani, S., Wati, S. F., & Bangsa, U. P. (2025). *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era E-Commerce.* 4.

