

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing). *Technomedia Journal*, 7(2), 189–201. <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i2.1905>
- Alam, S. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Melalui Analisis SWOT Pada Jaxs Barbershop di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah KARIMAH STIE AMKOP Makassar*, 2(3), 2089–9351. <http://journal.stieamkop.ac.id/>
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Asyraf, A. M. (2020). *LKP: Penerapan Strategi Social Media Marketing untuk Meningkatkan Social Media Engagement di UKM John Anglo Leather Surabaya*.
<https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5138/%0Ahttps://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5138/1/15430100002-2020-UNIVERSITASDINAMIKA.pdf>
- Augustinah, F., & Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 1–20.
- Chen, S. C., & Lin, C. P. (2019). Understanding the effect of social media marketing activities: The mediation of social identification, perceived value, and satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, 140(July 2018), 22–32. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.11.025>
- Dahmiri. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Equity terhadap Minat Beli. *Kinerja*, 17(2), 194–201.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59(July). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Erliningtias. (2020). *Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Usaha Della Laundry*. 167(1), 1–5. <https://www.e-ir.info/2018/01/14/securitisation-theory-an-introduction/>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*,

21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>

- Fauzi, P., & Setyawan, R. D. (2023). Faktor Keberhasilan Startup Digital Berdasarkan Kepemimpinan Implikasinya terhadap Ketahanan Pribadi. *Remik*, 7(1), 610–622. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.12105>
- Goodstats. (2022). 8 Startup Edukasi Paling Populer di Indonesia. <https://goodstats.id/article/8-startup-edukasi-paling-populer-di-indonesia-q1-2022-pB6NP>
- GoodStats. (2022). Menilik Wilayah Markas Startup di Indonesia. GoodStats.Id. <https://goodstats.id/infographic/menilik-wilayah-markas-startup-di-indonesia-magpS>
- Husna, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha. 1–83.
- Karina, D., Alfiyatus Sa'diyah, S., Nabilah, H., & Panorama, M. (2021). Pengaruh Perusahaan Startup Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Berajah Journal*, 2(1), 156–166. <https://doi.org/10.47353/bj.v2i1.69>
- Kolb, B. (2008). Marketing research: A practical approach. In *SAGE Publications Ltd* (Vol. 3, Issue April).
- Kraus, S., Gast, J., Schleich, M., Jones, P., & Ritter, M. (2019). Content is King: How SMEs Create Content for Social Media Marketing Under Limited Resources. *Journal of Macromarketing*, 39(4), 415–430. <https://doi.org/10.1177/0276146719882746>
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 921. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.250>
- Lahindah, A. I. L. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Sosial Media Pada Pt.Esa Kreasio Sportindo (Stayhoops). *Journal of Accounting and Business Studies*, 4(1), 77.
- Lavinda. (2023). APJII: Pengguna Internet Indonesia 215 Juta Jiwa pada 2023, Naik 1,17%. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/lavinda/digital/646342df38af1/apjii-pengguna-internet-indonesia-215-juta-jiwa-pada-2023-naik-1-17>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Mason, A. N., Narcum, J., & Mason, K. (2021). Social media marketing gains importance after Covid-19. *Cogent Business and Management*, 8(1).

<https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1870797>

- Maula, N. (2022). the Role of the Startup of “Big Edu Indonesia” in Improving Research Ability of Students in High School. *Jurnal Khazanah Intelektual*, 6(2), 1442–1453. <https://doi.org/10.37250/newkiki.v6i2.160>
- Moslehpour, M., Ismail, T., Purba, B. I., & Lin, P. K. C. (2020). The Effects of Social Media Marketing, Trust, and Brand Image on Consumers’ Purchase Intention of GO-JEK in Indonesia. *ACM International Conference Proceeding Series*, 5–10. <https://doi.org/10.1145/3387263.3387282>
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya*. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx
- Nurahma, G. A., & Hendriani, W. (2021). Tinjauan sistematis studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Mediapsi*, 7(2), 119–129. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2021.007.02.4>
- Nurdiansyah, F., & Rugoyah, H. S. (2021). Strategi Branding Bandung Giri Gahana Golf Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Purnama Berazam*, 2(2), 159.
- Prabaswara, T. A. (2023). *Perkembangan Startup Di Indonesia*.
- Pratiwi, D. O. (2019). Strategi Pemasaran Produk Fashion Secara Online Pada Pelanggan Mataharimall.Com Di Kota Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam. *Carbohydrate Polymers*, 6(1), 5–10.
- Sa’adah, M., Rahmayati, G. T., & Prasetyo, Y. C. (2022). Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Al ‘Adad: Jurnal Tadris Matematika*, 1(2), 56. <https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/al-adad/article/download/1113/408%0Ahttps://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/al-adad/article/view/1113>
- Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(4), 272–278. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1780>
- Sanny, L., Arina, A. N., Maulidya, R. T., & Pertiwi, R. P. (2020). Purchase intention on Indonesia male’s skin care by social media marketing effect towards brand image and brand trust. *Management Science Letters*, 10, 2139–2146. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.023>
- Saskia, C. (2023). *5 Medsos Favorit Orang Indonesia, Nomor 1 Bukan Instagram*. Kompas.Com.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*.
- Suhud, U., & Saparuddin, S. (2021). Influence of Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth and Consumer Engagement To Brand Loyalty in

Indonesia Grab Company. *International Journal of Business and Social Science Research*, January 2020, 16–26. <https://doi.org/10.47742/ijbssr.v2n2p3>

Trivaika, E., & Senubekti, M. A. (2022). Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *Nuansa Informatika*, 16(1), 33–40. <https://doi.org/10.25134/nuansa.v16i1.4670>

Triwahyuni, D., Adiprimadana, F. S., & Kurniaty. (2023). *Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor (Studi Pada PT. Buana Raya Motor) Dwi. 2023*(Senasekon), 92–101.

Wicaksana, H. (2023). *10 Alamat Kursus Programming Rekomendasi di Kota Bekasi*. Kemendikbud. <https://www.kemdikbud.co.id/data/10-alamat-kursus-programming-rekomendasi-di-kota-bekasi/#!>

Yogantari, M. V., & Ariesta, I. G. B. B. B. (2021). Kajian Pengaruh Copywriting Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi Takeaway Di Denpasar. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 8–16. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual>

Zakawali, G. (2022). *5 Manfaat Social Media Marketing Bagi UMKM, Begini Strateginya!* Store.Sirclo.Com. [https://store.sirclo.com/blog/manfaat-social-media-marketing/#:~:text=Keuntungan bisnis yang memanfaatkan SMM,kamu bisa memanfaatkan fitur iklan.](https://store.sirclo.com/blog/manfaat-social-media-marketing/#:~:text=Keuntungan%20bisnis%20yang%20memanfaatkan%20SMM,kamu%20bisa%20memanfaatkan%20fitur%20iklan.)