

## DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, H. 2020 Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Youtuber Kota Metro). *Undergraduate thesis*,. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2927>
- Bulele, Y. N. 2020. Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 565-572. <https://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit/article/view/1463>
- Indika, D. R., & Jovita, C. 2017. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Meilinaeka. 2023, “Menjelajah Internet dengan Web Browser, Ketahui Pengertiannya,” Pusat Teknologi Informasi Telkom University. <https://it.telkomuniversity.ac.id/menjelajahinternet-dengan-web-browser-ketahui-pengertiannya/>
- Nurkhayati, Sudibyo T., & Miftah M. 2023. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Bisnis Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Produk “Fanaya Catering”. Lokawati : *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 1–10. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.119>
- Prasetyo, A. S. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Tiket Online: Studi Kasus Tiket2.com. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 25(1), 74–87. <https://doi.org/10.32477/jkb.v25i1.144>
- Rerung, R. R. 2018. E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. *Deepublish*.
- Salsabila, M., & Ratnasari, A. 2022. Promosi Produk Footwear di Instagram. *In Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1776>

- Tjiharjadi, S., & Sanwill, S. 2015. Watermarking citra digital menggunakan teknik amplitude modulation. *Jurnal Informatika*, 2(2), 109-121.  
<https://www.neliti.com/publications/219222/>
- Triyana, I. G. N. 2018. Media Sosial Dalam Proses Pembelajaran Di Perguruan Tinggi. *Guna Widya: Jurnal Pendidikan Hindu*, 5(1), 79-90.  
<https://doi.org/10.25078/gw.v5i1.614>