

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital : Sebuah injuan Literatur. *Jipis*, 31(2), 134–148. <https://doi.org/10.33592/jipis.v31i2.3286>
- Agesti, P. T., Widani, N. A., & Syarah, M. P. (2025). *ANALISIS STRATEGI VIRAL MARKETING E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN MINAT PEMBELIAN KONSUMEN PADA PLATFORM TRAVELOKA ANALYSIS OF E-COMMERCE VIRAL MARKETING STRATEGY IN INCREASING CONSUMER PURCHASE INTEREST ON THE TRAVELOKA*. 10169–10182.
- Alayida, N. F., Aisyah, T., Deliana, R., & Diva, K. (2023). Pengaruh Digitalisasi Di Era 4.0 Terhadap Para Tenaga Kerja Di Bidang Logistik. *Jurnal Economina*, 2(1), 1290–1304. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i1.286>
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Asir, M., Puspitasari, D., Wahab, A., Abduh Anwar, M., Mere, K., Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Makassar, P., Negeri Makassar, U., Muhammadiyah Sidenreng Rappang, U., & Wisnuwardhana, U. (2023). The Effectiveness Of Using Celebrity Endorsers On Consumer Behavior And Product Purchasing Decisions: Literature Review Efektivitas Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian Produk: Literature Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1790–1801.
- Azhar, N. M. (2024). *Strategi Pemasaran Digital untuk Pengembangan Merek*

Berkelanjutan. 1(1), 164–173.

Chelsea Sutanto, A., Chang, G., Daffa Nadhif, L., Samuel Son, S., Miranda Simon, V., & Yulia Ningsih, R. (2024). Efektivitas Penggunaan Instagram Dalam Proses Branding Pada Umkm Di Kemanggisan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMDP)*, 2(3), 204–211.

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Elfera, S. S., Sugiana, D., Bakti, I., & Bandung, U. P. (2024). Pengaruh Iklan Live Streaming Shopee terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi oleh Sikap. 7, 176–187.

Fadliana, A. N., Ilmu, F., Politik, I., Komunikasi, M. I., Indonesia, U., Covid-, K., Digital, P., Pemasaran, P., & Pemasaran, S. (2023). Analisis Perencanaan dan Strategi Pemasaran Digital Perusahaan Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19: Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 220–236. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.14550>

Farah, N. T., Amiwantoro, S., Nikmah, F., Ikaningtyas, M., & Anyar, G. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Bisnis Di Era Digitalisasi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4).

Fauzy, A., & Soebiagdo. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli. *Jurnal Internasional Penelitian Bisnis & Ilmu Sosial*, 12(4), 812–828.

Fitriasari, D., & Ahmadi, M. A. (2025). Literature Review Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen pada Sosial Media : Review

Produk , Reputasi Merek , Dampak Terhadap Perjualan. 2(1), 1137–1143.

G . E . Lumingkewas ., W . J . F . A . Tumbuan ., M. . H. . C. . P. (2023). the Influence of Social Media Marketing , E-Wom and Brand Awareness on Purchase Intention At Uniqueshop . Ind Jewellery Online Shop Pengaruh Pemasaran Media Sosial , E-Wom Dan Kesadaran. *Emba, 11(3), 347–358.*

Hakim, L. M. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia. *Nation State Journal of International Studies, 1(1), 61–90.*
<https://doi.org/10.24076/nsjis.2018v1i1.90>

Hastrida, A. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik, 25(2), 149–165.*
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.33299/jpkop.25.2.3920>

Irawan, E., Maras, J. O., Hulu, M., & Sumbawa, K. (2023). *Konsep Strategi Word of Mouth Marketing dalam Peningkatan Pengembangan Bisnis : Suatu Tinjauan Literatur. 1(3), 293–303.*

Juwita, D., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik, 2(5), 249–255.*
<https://doi.org/10.17977/um068v2i52022p249-255>

Kakar, R. A., Shahzad, S., & Khoso, L. (2023). *International Journal of Contemporary Issues in Social Sciences Volume 2 , Issue 4 , 2023 ISSN (P) : 2959-3808 | 2959-2461 THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING DIMENSIONS : INTERACTION , ENTERTAINMENT , CUSTOMIZATION ,*

TRENDINESS , AND WORD OF MOUTH ON P. 2(4), 1249–1260.

Kurniawan, G. P. (2021). Analisis Makna Filosofis Motif Batik Ponorogo Sebagai Upaya Penanaman Pendidikan Karakter. *Attractive : Innovative Education Journal*, 3(2), 124. <https://doi.org/10.51278/aj.v3i2.234>

Kusuma, I. A., Dwi, F., Afifah, N., Ruba, M. G., Yudha Utama, Y., & Kediri, I. (2023). Analisis Manajemen Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1). <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>

Nugraha, P., Juhari, & Zufriady. (2024). Pemasaran Digital dan Collaboration Branding Terhadap Peningkatan Penjualan Sepatu Lokal (Studi Kasus pada Sepatu Compass dan Aerostreet). *Jurnal Manajemen*, 11(1), 167–182. <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i1>

Oktober, N., Makan, R., Sharon, M., Gorontalo, K., Mantu, A. H., Ismail, Y. L., Abdussamad, Z. K., & Niode, I. Y. (2023). *SENTRI : Jurnal Riset Ilmiah*. 2(10), 4046–4057.

Omas, P., Kurniawan, M., & Lorensia, F. (2022). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pada Situs E- Commerce (Shopee ,Omas, P., Kurniawan, M., & Lorensia, F. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pada Situs E- Commerce (Shopee , Tokopedia , dan Bukalapak). 1, 370–381. Tokop. 1, 370–381.*

Prabowo, A., Nur Indah, S., Samuel Simanjuntak, O., & Sri Utami, Y. (2023). Digital Storytelling Promosi Batik Giriloyo dalam Peningkatan Produktifitas.

*Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UPN “Veteran”
Yogyakarta “Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan Di Era Society 5.0
Sebagai Implementasi Bela Negara, 17–26.*

Purba, N., Yahya, M., & Nurbaiti. (2021). Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 9(2), 91–98.

Purbawati, D., & Pinem, R. J. (2020). Pengembangan jiwa wirausaha dengan memanfaatkan media sosial di masa pandemi covid19 pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 1 Muhammadiyah Kabupaten Wonosobo. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat UNDIP*, 15–18.

Putranto, A., Revianur, A., Oktavia, S., Wijaya, C. I., Zein, Y. S., Puspitasari, I., Adilia, F., Sulisty, M. Y., & Falah, J. N. (2022). Penggunaan Wahana Digital dalam Promosi dan Pemasaran Batik sebagai Kontekstualisasi Pelestarian Cagar Budaya. *Bakti Budaya*, 5(1), 25–39.
<https://doi.org/10.22146/bakti.4074>

Rahman, W., Azizah, J., Asir, M., & Wijayanto, G. (2024). Eksplorasi strategi pemasaran media sosial yang sukses dalam meningkatkan interaksi merek dengan konsumen di era digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 355–363.

Rizqy Nada Syavira. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, Dan Fitur Marketplace Terhadap Keputusan Pembeli Pada Tokopedia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 10(1), 01–11. <https://doi.org/10.57249/jbk.v10i1.126>

- Romadhoni, B., Akhmad, A., Naldah Naldah, & Niluh Putu Evvy Rossanty. (2023). Purchasing Decisions Effect of Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth (eWOM), Purchase Intention. *Journal of Accounting and Finance Management*, 4(1), 74–86. <https://doi.org/10.38035/jafm.v4i1.194>
- Santana, A. A. M., Imbayani, A. G. I., & Prayoga, S. M. I. (2023). Pengaruh Potongan Harga, Social Media Marketing dan Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian di Karoseri Dirah Motor Bali. *Jurnal EMAS*, 4(8), 1965–1979.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sutejo, B., Basiya, R., Hayuningtias, K. A., Oktaviani, R. M., Kendeng, J., Ngisor, V. B., Digital, P., & Sosial, M. (2023). *Pemanfaatan Media Digital Dalam Pemasaran Batik*. 7(1), 29–34.
- Teniro, A., Adnan, Zainudin, Sabri, & Ernas. (2022). Pengaruh Variabel Harga dan Responsif Terhadap Kepuasan Tamu Hotel ARTICLE INFORMATION ABSTRACT. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 50–58.
- Trixie, A. A., Kreatif, F. I., Ciputra, U., Timur, J., Warisan, P., Batik, B., Identitas, S., & Indonesia, B. (2020). Trixie. *A John Steinbeck Encyclopedia*, 401.
- Zainudin, M., Sapto, A., & Nafi'ah, U. (2022). Pasang surut industri batik di Ponorogo tahun 1980-2006. *Historiography*, 2(3), 375. <https://doi.org/10.17977/um081v2i32022p375-386>
- Zulvikri, M., & Amani, A. (2024). Transformasi Digital: Menggali Potensi Teknologi Terkini Dalam Pengelolaan Dokumen Dan Informasi Kantor Pada

Perusahaan PT. Victory Prima Abadi. *Jurnal Transformasi Bisnis Digital*,
1(3),01–12.

<https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUTRABIDI/article/view/107>

