

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. Yudhanto, "Pengantar BPMN," 2018. [Online]. Available: <https://ilmukomputer.org/wp-content/uploads/2018/12/IKC-Pengantar-BPMN.pdf>. [Diakses 23 April 2021].
- [2] Hamdan, "Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 1-5, 2018.
- [3] D. Purwana, R. dan S. Aditya, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, vol. 1, no. 1, pp. 2-5, 2017.
- [4] E. P. Membara, L. Yulianti dan I. Kanedi, "Sistem Informasi Akademik Smp Negeri 2 Talang Empat Berbasis Web," *Jurnal Media Infotama*, vol. 10, no. 1, pp. 72-73, 2014.
- [5] F. Oktaviani dan D. Rustandi, "Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness," *PROfesi humas : jurnal ilmiah ilmu hubungan masyarakat*, vol. 3, no. 1, p. 3, 2018.
- [6] Nursatyo dan D. Rosliani, "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Perbandingan Harga Telunjuk.Com," *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 1, no. 2, pp. 49-50, 2018.
- [7] M. A. Rakhman dan E. H. Saputra, "Pembuatan Aplikasi Layanan Kustomisasi Landing Page Berbasis Web," *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, p. 43, 2016.
- [8] Sartono, "Pemanfaatan Blog Sebagai Media Pembelajaran Alternatif di Sekolah," *Transformatika*, vol. 12, no. 1, pp. 122-123, 2016.
- [9] V. Tundjungsari dan Suhaeri, "Pelatihan Pembuatan Blog untuk Pengembangan Media Pembelajaran di Sekolah Menengah Atas dan Kejuruan," *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK)*, vol. 2, no. 1, pp. 15-16, 2018.

- [10] A. R. Zulfikar dan Mikhriani, “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompok Dhuafa Cabang Yogyakarta,” *Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, vol. 1, no. 2, pp. 281-282, 2017.
- [11] K. C. Sugianto, “Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Advocacy Dengan Perceived Service Quality Dan Customer Engagement Sebagai Variabel Perantara Pada Virtual Hotel Operator: Oyo Hotel,” *Jurnal Strategi Pemasaran*, vol. 7, no. 1, 2020.
- [12] A. Wahana, M. Suyanto dan A. Amborowati, “Analisis Penerapan Social Media Sebagai Strategi Bisnis Oleh Pelaku Bisnis Online,” *Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA*, vol. 4, no. 2, p. 93, 2014.
- [13] F. N. Arifah, “Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis Online,” *Jurnal TRANSFORMASI*, vol. 11, no. 2, pp. 145-148, 2015.
- [14] W. Sastika, “Epic Model: Pengukuran Efektivitas Iklan Kuliner Melalui Sosial Media Instagram @kulinerbandung Sebagai Media Promosi,” *JTIM - Jurnal Teknologi Informasi & Manajemen*, vol. 1, no. 1, pp. 22-23, 2018.
- [15] “Apa Itu Lead Generation Facebook?,” [blog.mtarget.co](https://blog.mtarget.co), 25 November 2020. [Online]. Available: <https://blog.mtarget.co/apa-itu-lead-generation-facebook/>. [Diakses 28 November 2021].
- [16] A. G. S. Siregar dan A. Widodo, “Pengaruh Periklanan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *e-Proceeding of Management*, vol. 5, no. 1, p. 1133, 2018.
- [17] N. Kristiani, “Analisis Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Yogyakarta,” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, vol. 24, no. 2, pp. 196-197, 2018.
- [18] D. Ningsih dan P. H. Kurniawan, “Strategi Pemilihan Channel Penjualan Sebagai Implementasi Dalam Model Afiliasi Bisnis Pengelolaan Hotel Non Jaringan Di Kota Batam,” *Jurnal Manajemen*, vol. 4, no. 3, p. 1020, 2019.
- [19] B. A. Mahfud dan A. Kardianawati, “Rancang Bangun Sistem Marketing Berbasis Website Menggunakan Metode PPS (Pay Per Sale) Pada Totebag Corner,” pp. 5-6, 2015.

- [20] D. Pertiwi dan H. Gusfa, "Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute," *Jurnal Media Kom*, vol. 8, no. 2, pp. 48-49, 2018.
- [21] E. Supriyadi, "Analisa Web untuk Memahami Perilaku Konsumen Online Studi Kasus "Store Steam Powered","" *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, vol. 7, no. 2, p. 189, 2015.
- [22] A. A. Hendriadi dan Dedih, "Analisis Web Menggunakan Google Analytic Untuk Menyajikan Laporan Data Situs dalam Proses Optimasi," *Jurnal ilmiah Solusi*, vol. 1, no. 4, p. 22, 2014.
- [23] M. Hayaty dan D. Meylasari, "Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi," *Jurnal Informatika*, vol. 5, no. 2, p. 296, 2018.
- [24] H. Artanto dan F. Nurdiansyah, "Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk," *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, vol. 1, no. 2, pp. 1-2, 2017.
- [25] M. A. Kader, N. Mulyatini dan W. Setianingsih, "Model Pemasaran Digital Marketing FB\_Ads dan Email Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan," *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, vol. 5, no. 2, pp. 299-303, 2018.
- [26] M. Geralda dan J. Kasih, "Implementasi Digital Marketing pada Sosial Media dan Website Bimbel Media Bandung," *Jurnal Strategi*, vol. 2, no. 1, p. 30, 2020.
- [27] U. Rahardja, E. P. Harahap dan S. Pratiwi, "Pemanfaatan Mailchimp Sebagai Trend Penyebaran Informasi Pembayaran Bagi Mahasiswa Di Perguruan Tinggi," *Technomedia Journal (TMJ)*, vol. 2, no. 2, pp. 50-52, 2018.
- [28] "Profil Universitas," [Online]. Available: <https://www.maranatha.edu/profile/profil-universitas/>. [Diakses 7 April 2021].
- [29] "Sejarah Fakultas IT," [Online]. Available: <http://it.maranatha.edu/sejarah-fakultas-it/>. [Diakses 7 April 2021].

- [30] “Visi, Misi, dan Tujuan,” [Online]. Available: <http://si.it.maranatha.edu/v3/visi-misi-dan-tujuan/>. [Diakses 7 April 2021].
- [31] “Url terkait fakultas,” [Online]. Available: <http://it.maranatha.edu/download/10007>. [Diakses 15 April 2021].
- [32] K. Bora, “6 Important Instagram Metrics for Your Brand (with Tips to Track Them),” *campaignmonitor.com*, 07 Desember 2018. [Online]. Available: <https://www.campaignmonitor.com/blog/how-to/6-important-instagram-metrics-for-your-brand-with-tips-to-track-them/>. [Diakses 09 September 2021].
- [33] M. Leander, “Facebook Engagement Metrics,” *klipfolio.com*, [Online]. Available: <https://www.klipfolio.com/resources/kpi-examples/social-media/facebook-engagement-metrics>. [Diakses 09 September 2021].

