

DAFTAR PUSTAKA

- Alda, M. (2022). Perancangan E-Commerce Penjualan Kue Dengan Menerapkan Model B2C (Business To Consumer). In *JCBD JOURNAL OF COMPUTERS AND DIGITAL BUSINESS* (Vol. 1, Number 1).
- Az-Zahra, P., Sukmalengkawati, A., & Yas Anggana, S. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN*. 6(3).
- Elizabeth, H. J., & Payling, D. (2022). From cohort to community: The emotional work of birthday cards in the Medical Research Council National Survey of Health and Development, 1946–2018. *History of the Human Sciences*, 35(1), 158–188. <https://doi.org/10.1177/0952695121999283>
- Evva Ari Nur Viddiastuti, & Jeanny Pricilia Anneke Winowatan. (2024). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fabil Natural. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 160–173. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i2.760>
- Hamalding, H., Makmur, F., & Batubara, K. (2025). E-Leaflet-Based HIV/AIDS Education and Adolescent Knowledge. *Journal of Applied Nursing and Health* |, 7(2). <https://doi.org/10.55018/janh>
- Ismail, A. N., & Setyanto, Y. (2023). *Peran Public Relations dalam Membangun Komunikasi Karyawan dan Pimpinan yang Konstruktif pada Perusahaan*. <https://www.dictionary.com/browse/constructive>
- Khoirumansyah Khoirumansyah, Karlinda Anna Mudrikah, Irmatus Sa'adah, Holifatul Hasanah, & Rofiq Hidayat. (2025). Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Madrasah melalui Media dan Publisitas di MTS Fathur Rahman Sukorambi Jember. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 22–33. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v4i1.1506>
- Kinanti, R. A., Warti'ah, W. A., Marhadyta, A. V., Indiharwati, A., & Hakam, A. (2024). *Enhancing digital marketing of MSMEs through comprehensive photography training in Hendrosari Village, Gresik*.

- Namuri Migotuwio. (2020). *Tahun 2020 Program Studi Desain Komunikasi Visual Institusi Teknologi Sumatera Penerbit Alinea Media Dipantara*. www.penerbitalinea.com
- Ristiowati, R., & Safitri, Y. (2024). Pengaruh Pemberian Edukasi Melalui Media E-Leaflet Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Ibu Tentang Posyandu Balita di Kampung Kumabra Utama Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2024. *Jubida*, 3(1), 20–31. <https://doi.org/10.58794/jubida.v3i1.958>
- Rofidah, N., & Fitriani, R. (2026). Pengembangan Strategi Pemasaran Business-to-Consumer (B2C) di PT Triguna Pratama Abadi Menggunakan Porter's Five Forces dan Analisis SWOT. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 5(1), 322–331. <https://doi.org/10.56211/blendsains.v5i1.1691>
- Safi'i Nur Widodo, I., & Sudjanarti, D. (2022). MEDIA IKLAN E-BROSUR DI INSTAGRAM UNTUK MENARIK MINAT BELI PADA QY-MENDOAN MALANG. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, (2).
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Salwa Salsabila, R., & Fauzi, A. (2022). PEMBUATAN MEDIA PROMOSI E-BOOKLET COMPANY PROFILE DENGAN MENGGUNAKAN CANVA PRO UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI PADA UMKM RADHA SCARF DI BANDUNG. *Aplikasi Bisnis, Jurnal*.
- Shifa Aulia, R., Manajemen, P., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Falah, D. (2026). 01 Januari. In *Jurnal Bisnis Digital* (Vol. 01, Number 1). <https://publikasi.feliciajurnal.com/index.php/JBD/index>
- Teruna, -----Dipa, Ardiansyah, T., Awaloedin, M., & Trisakti, S. (2022). *MODEL STRATEGY B2B DALAM MENINGKATKAN CONSUMER LOYALTY DI INDONESIA*. <https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2>
- Umi Khabibah, & Leni Wahyu. (2024). *PEMBUATAN MEDIA PROMOSI E-BROCHURE MENGGUNAKAN CANVA PRO PADA UMKM MELOS MALANG*. 2(10), 30–41. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i10.2484>

Yanti, D., Permata, D. A., & Lendrawati, L. (2022). Pemanfaatan Media Promosi dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Bilih 7 Muaro. *Jurnal Warta Pengabdian Andalas*, 29(3), 312–320.
<https://doi.org/10.25077/jwa.29.3.312-320.2022>