

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Oktaviani, Anwar Maulana, & Ricky Firmansyah. (2023). Peranan Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran di Era Digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 143–150. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i2.1592>
- Chaffey, D. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Fuad, M. A. Z., Sartimbul, A., Iranawati, F., Sambah, A. B., Yona, D., Hidayati, N., ... & Rahman, M. A. (2019). *Metode Penelitian Kelautan dan Perikanan: Prinsip Dasar Penelitian, Pengambilan Sampel, Analisis, dan Interpretasi Data*. Universitas Brawijaya Press.
- Kader, M. A., & Risdianto, D. (2018). MODEL PEMASARAN DIGITAL MARKETING FB Ads dan EMAIL MARKETING DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN.
- Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kusumanigrum, R. C., Alfiatunnisa, N., Murwantoko, M., & Setyobudi, E. (2021). Karakter Morfometrik dan Meristik Ikan Layang (*Decapterus macrosoma* Bleeker, 1851) di Pantai Selatan Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Perikanan Universitas Gadjah Mada*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jfs.52348>
- Latukonsina, H. (2018). Pendugaan Potensi dan Tingkat Pemanfaatan Ikan Layang (*Decapterus spp*) di Perairan Laut Flores Sulawesi Selatan. *Jurnal Ilmiah Agrobisnis dan Perikanan (agrikan UMMU-Ternate)*, 3(2), 47-54.
- Liu, X., Zhang, Y., & Wang, J. (2020). The impact of social media marketing on consumer behavior: Evidence from Facebook. *Journal of Marketing Research*, 57(3), 456-470.
- Rofiki, M., & Muhimmah, K. (2021). Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 203–219. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v7i2.981>
- Sarwono, J. (2013). *Buku Pintar IBM SPSS Statistics 19*. Elex Media Komputindo.
- Sudjatmoko. (2015). *Leader Transformasional*. Panembahan Senopati.
- Suryani, H. (2015). Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. *Fajar Interpratama Mandiri, Jakarta*
- Sumampouw, A. (2013). Analisis Efektivitas Iklan Televisi Produk Aqua Dengan Menggunakan Metode EPIC Model dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di kota Manado. *JURNAL RISET BISNIS DAN MANAJEMEN*, 1(3).

- Smith, J. (2020). The Importance of Social Media Frequency for Brands. *Journal of Digital Marketing*, 34(4), 112-120
- Syahnita, R. (2021). *Modul Biokimia Materi Metabolisme Lemak, Daur Asam Sitrat, Fosforilasi Oksidatif Dan Jalur Pentosa Fosfat*, 3(2), 6.
- Syahputra, R. (2023). "Challenges in Fish Marketing: A Case Study of Bontobahari." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Perikanan*, 18(1), 78-89.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi & Tesis Bisnis Edisi ke 2. Rajawali Pers, Jakarta.*