

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A., & Santika, S. (2021). Analisis Promosi Layanan Perpustakaan Digital iSabilulungan. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 7(2), 171–186. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v7i2.35767>
- Al-Dawalibi, A., Al-Dali, I. H., & Alkhayyal, B. A. (2020). Best marketing strategy selection using fractional factorial design with analytic hierarchy process. *MethodsX*, 7, 100927. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2020.100927>
- Aliyah, A. A., & Purwanto, S. E. (2022). Pengaruh Media Pembelajaran Powtoon Terhadap Hasil Belajar Matematika pada Materi Perkalian Siswa Kelas II Sekolah Dasar. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(3), 921. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i3.946>
- Anasrul Dwi Novriyansah, M., & Win Afgani, M. (2024). Media sosial sebagai alat promosi terhadap minat peserta didik. *Journal of Management in Islamic Education*, 5(4), 437–447. <https://doi.org/10.32832/idarah.v5i4.16950>
- Andes, R. J., & Sunaryanto, L. T. (2020). PERAN PROMOSI PENJUALAN MELALUI INSTAGRAM TERHADAP PENJUALAN SAYUR ORGANIK DI PO. SAYUR ORGANIK MERBABU (SOM). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(1), 27. <https://doi.org/10.20956/jsep.v16i1.10244>
- Andriani, Setyanto, N. W., & Kusuma L. Tri Wijaya N. (2017). *Desain dan Analisis Eksperimen untuk Rekayasa Kualitas*. UB Press.
- Antony, J. (2014). *Design of Experiments for Engineers and Scientists* (2nd ed.). Elsevier.
- Aprilia, R., F, A. N., Mersieni, F., Nurmaya, L., & Watini, S. (2023). Implementasi Kelas Virtual TV Sekolah Sebagai Media Dalam Mengembangkan Anak Berfikir Kritis. *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, 6(4), 561–569. <https://doi.org/10.32672/jnkti.v6i4.6532>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA

- A.D.A SOUVENIR PROJECT. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Bahy, F. N., Marlina, E., & Ratriningsih, D. (2024). Sustainable Innovation: Applying Permaculture Architecture in the Mocaf Factory Design in Banjarnegara. *International Journal of Engineering Technology and Natural Sciences*, 6(2), 139–147. <https://doi.org/10.46923/ijets.v6i2.395>
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Bell, G. H., Ledolter, J., & Swersey, A. J. (2006). Experimental design on the front lines of marketing: Testing new ideas to increase direct mail sales. *International Journal of Research in Marketing*, 23(3), 309–319. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2006.05.002>
- Buchori. (2020). Words of Mouth (WOM) sebagai Penentu Keputusan Pembelian (Sebuah Studi Literatur). *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 159–165. [https://www.researchgate.net/publication/358548178\\_WORDS\\_OF\\_MOUTH\\_WOM\\_SEBAGAI\\_PENENTU\\_KEPUTUSAN\\_PEMBELIAN\\_SEBUAH\\_STUDI\\_LITERATUR](https://www.researchgate.net/publication/358548178_WORDS_OF_MOUTH_WOM_SEBAGAI_PENENTU_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_SEBUAH_STUDI_LITERATUR)
- Dasgupta, T., Pillai, N. S., & Rubin, D. B. (2015). Causal Inference from 2K Factorial Designs by Using Potential Outcomes. *Journal of the Royal Statistical Society Series B: Statistical Methodology*, 77(4), 727–753. <https://doi.org/10.1111/rssb.12085>
- Dian Rahayu, A., Kyo Kae Saniro, R., Manalu, C., Ihsan Hanafi, M., Dinda, M., & Arrohim Tinendung, S. (2024). Pengaruh penyampaian Makna Pesan Dari Dialog Film “Ketika Berhenti Disini” Bagi Penonton Serta Lagu Pendukungnya. *ALINEA : Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya*, 4(2), 292–304. <https://doi.org/10.58218/alinea.v4i2.904>
- Diniati, A., Sutarjo, M. A. S., & Primasari, I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM Kabupaten Sumedang.

*Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 553–561. <https://doi.org/10.59395/altifani.v3i4.458>

Fajri, G. S., & Ritonga, M. H. (2023). STRATEGI PEMASARAN LOSTVINYL BAND DALAM MENINGKATKAN POPULARITAS DI SUMATERA UTARA. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 6(2), 264–274. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5860>

Fazaya, S., Suparmin, S., & Widiyanto, T. (2021). FITOREMEDIASI TANAMAN ECENG GONDOK (*Eichhornia crassipes.sp*) DALAM MENURUNKAN KADAR WARNA PADA LIMBAH BATIK “X.” *Buletin Keslingmas*, 40(4), 149–158. <https://doi.org/10.31983/keslingmas.v40i4.6058>

Hrynyschyn, R., Prediger, C., Stock, C., & Helmer, S. M. (2022). Evaluation Methods Applied to Digital Health Interventions: What Is Being Used beyond Randomised Controlled Trials?—A Scoping Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9), 5221. <https://doi.org/10.3390/ijerph19095221>

Indraswari Ratih, & Setyawan Hendra. (2021). PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT MEMBELI PADA PENGGUNA SKINCARE YESSICA DI APLIKASI TIK TOK. *Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis (SIMBA)*.

Ismaranti, P., & Zuhriyah, L. F. (2024). Respon Warganet terhadap Dakwah Dialogis Habib Jafar di Media Sosial. *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 6(2), 279–298. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v6i2.341>

Keryanti, K., Permanasari, A. R., Hidayah, R. N., & Hasanah, R. (2022). Penentuan pH dan Suhu Optimum Isomerisasi Pembuatan Sirup Fruktosa dari Hidrolisat Onggok Menggunakan Katalis Mg/Al. *CHEESA: Chemical Engineering Research Articles*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.25273/cheesa.v5i1.10243.1-12>

- Leonita, E., & Jalinus, N. (2018). Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur. *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi*, 18(2), 25–34. <https://doi.org/10.24036/invotek.v18i2.261>
- Limarandani, N. P., Patera, A. K., Patera, A. A. K., & Mutiah, T. (2025). Optimalisasi Host dalam Membangun Interaksi pada Siaran Live YouTube Bincang Online Inspiratif. *Warta ISKI*, 8(1), 146–159. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v8i1.345>
- McDermott, O., Tansha, J. S., Trubetskaya, A., Rosa, A., & Moran, R. (2025). Digital marketing process enhancement in an online store utilising a combination of design of experiments and lean six sigma. *International Journal of Lean Six Sigma*. <https://doi.org/10.1108/IJLSS-03-2024-0065>
- Meta Platforms, Inc. (2024) Instagram advertising, diakses 8 Mei 2025, [https://www.facebook.com/business/instagram/advertising?utm\\_source=ig\\_help\\_center](https://www.facebook.com/business/instagram/advertising?utm_source=ig_help_center).
- Mohd Amir, S. N. K., Mad Nordin, M. F., Shameli, K., Mohamad Abdul Wahab, I., & Abdul Hamid, M. (2021). EVALUATION OF PARAMETERS FOR SUBCRITICAL WATER EXTRACTION OF ZINGIBER ZERUMBET USING FRACTIONAL FACTORIAL DESIGN. *Jurnal Teknologi*, 83(2), 143–150. <https://doi.org/10.11113/jurnalteknologi.v83.14545>
- Momomuat Valensya Larasshaty, Randang Julius L.K., & Merentek Eva Altrje. (2023). *PENGARUH MEDIA SOSIAL SEBAGAI PROMOSI TERHADAP EKSISTENSI PERPUSTAKAAN DI PERPUSTAKAAN DAERAH KOTA KOTAMOBAGU*. 6(2).
- Montgomery, D. C. (2017). *Design and Analysis of Experiments* (9th ed.). John Wiley & Sons.
- Muhammad, K., Putri, R. D., & Krisnawati, M. (2024). Experimental Marketing Untuk Menentukan Kombinasi Terbaik Dalam Promosi Penjualan Dengan Metode Desain Faktorial 2k (Studi Kasus : Thriftshop Sadean). *Matrik : Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri Produksi*, 24(2), 135. <https://doi.org/10.30587/matrik.v24i2.6350>

- Mustopa, A., Lisnawanty, Sa'adah, R., & Dahlia, R. (2024). OPTIMASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PROMOSI DALAM KONTEKS DIGITAL MARKETING PADA UMKM BORNEO ISTIMEWA. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 3(2), 55–59. <https://doi.org/10.56445/jppmj.v3i2.131>
- Nadhifah, K., & Akhda, I. Y. (2024). Strategi Promosi Perpustakaan Universitas Jember Melalui Media Sosial. *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*, 15(1). <https://doi.org/10.20885/unilib.Vol15.iss1.art2>
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). ANALISIS KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BY.U SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI & KOMUNIKASI. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>
- Nasiruddin, F. A. zahr., & Rapa', L. G. (2022). Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa. *EDUSTUDENT: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1(3), 188. <https://doi.org/10.26858/edustudent.v1i3.32890>
- Navarro, D., & Foxcroft, D. (2025). 14. Factorial ANOVA. In *Learning Statistics with jamovi* (pp. 325–376). Open Book Publishers. <https://doi.org/10.11647/obp.0333.14>
- Program Studi Teknik Industri Universitas Jenderal Soedirman, F. T. (n.d) *Beranda*, diakses 8 Mei 2025. <https://industri.ft.unsoed.ac.id/>
- Purwojatmiko, B. H., Sumasto, F., Ahmad, T. D. S., & Hastin, S. F. (2025). Designing Factory Layout and Facilities for Car Front Door Production with CORELAP: A Case Study at PT GMI. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 24(1), 67. <https://doi.org/10.20961/performa.24.1.86833>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>

- Putri, T. D., & Radjagukguk, D. L. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI MANAJEMEN REDAKSI TELEVISI RADIO (TVR) PARLEMEN DALAM MENINGKATKAN MINAT PENONTON DI ERA DIGITAL. *JSSHA ADPERTISI JOURNAL*, 2(1), 16–28. <https://doi.org/10.62728/jsshha.v2i1.322>
- Ranti Eka Putri, M. Wasito, & Ayu Nadia Lestari. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 667–675. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1550>
- Riasanti Mola, M. S. (2023). Dampak Media Massa terhadap Terbentuknya Opini Masyarakat: Film Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso di Netflix. *JURNALISTIK DAN MEDIA*, 1(1), 15–21. <https://doi.org/10.32722/jjm.v1i1.6314>
- Riyantie, M., & Rusadi, U. (2024). Komodifikasi Konten dan Khalayak Youtube dalam Penayangan Situational Comedy “Lapor Pak! Edisi Kiky Saputri Roasting Ganjar Pranowo.” *Jurnal Publisitas*, 10(2), 135–147. <https://doi.org/10.37858/publisitas.v10i2.406>
- Roy, R. K. (2010). *A Primer on the Taguchi Method* (2nd ed.). Society of Manufacturing Engineers.
- Silvia, R. B., & Adilla, A. (2024). PESAN MORAL ATAS KEKERASAN SEKSUAL PADA FILM LIKE AND SHARE KARYA GINA S. NOER. *Publicomm*, 1(2), 58–71. <https://doi.org/10.24905/publicomm.v1i2.30>
- Sitompul, D., & Puspasari, R. (2023). Perancangan Aplikasi Peramalan Penjualan Minyak Solar PT. Willy Dwi Perkasa Menggunakan Metode Single Exponential Smoothing Design of Solar Oil Sales Forecasting Application PT. Willy Dwi Perkasa uses the Single Exponential Smoothing Method. In *Jurnal Rekayasa Sistem* (Vol. 1, Issue 1). <http://kti.potensi-utama.ac.id/index.php/JUREKSI/index>
- Soedarsono, D. K., Mohamad, B., Adamu, A. A., & Aline Pradita, K. (2020). Managing Digital Marketing Communication of Coffee Shop Using

- Instagram. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, 14(05), 108. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i05.13351>
- Soejanto, I. (2009). *Desain Eksperimen dengan Metode Taguchi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. ISBN 978-979-756-492-6.
- Sofana Jannah, A., Arifin, A., Fadhilah, F. A., & Maulana, R. (2024). Peran Media Sosial Youtube Serta Tantangan Dalam Mewujudkan Toleransi dan Perdamaian. *Pahlawan Jurnal Pendidikan-Sosial-Budaya*, 20(2), 288–294. <https://doi.org/10.57216/pah.v20i2.829>
- Solikhah, M., Arbie, A., Pikoli, M., & Uloli, R. (2025). Pengaruh Penggunaan KIT Mekanika terhadap Frekuensi Miskonsepsi Peserta Didik pada Kelas VIII MTs Al-Huda Gorontalo Topik Pesawat Sederhana. *JagoMIPA: Jurnal Pendidikan Matematika Dan IPA*, 5(2), 349–358. <https://doi.org/10.53299/jagomipa.v5i2.1418>
- Social, S. (2024). *The Best Times To Post On Social Media In 2024*, Diakses 8 Mei 2025. <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>
- Sudarsanam, N., Kumar, A., & Frey, D. D. (2022). Quantifying the maximum possible improvement in 2k experiments. *Research in Engineering Design*, 33(4), 367–384. <https://doi.org/10.1007/s00163-022-00390-3>
- Susanto, H., Pujiyanto, P., & Susilo, G. (2022). Perancangan Media Sosial sebagai Upaya Peningkatan Promosi Produk Distro Bujana Malang. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 2(8), 1173–1188. <https://doi.org/10.17977/um064v2i82022p1173-1188>
- Triandri Permana, & Fitrianti Darusman. (2023). Peranan Metode Desain Eksperimen dalam Formulasi Sediaan Farmasi. *Jurnal Riset Farmasi*, 57–64. <https://doi.org/10.29313/jrf.v3i1.2695>
- Viglia, G., Zaefarian, G., & Ulqinaku, A. (2021). How to design good experiments in marketing: Types, examples, and methods. *Industrial Marketing*

Waruwu, F. D. P., Zebua, E., Mendrofa, Y., & Gea, N. E. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Mawar Bakery Di Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(3), 1556–1568. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i3.4747>

Wicaksono, K. S., Syahputra, S., Ramadani, S., & Pardede, A. M. H. (2020). Pemetaan Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan K-Means. *JOISIE (Journal of Information Systems and Informatics Engineering)*, 2(2), 1–7. <https://doi.org/10.31294/joisie.v2i2.1234>

