

DAFTAR PUSTAKA

- . 2021. *Komunikasi Pemasaran, Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press
- Alontari, Y. 2022. Strategi Pemasaran di Era Digital dalam Membangun Brand Awareness Melalui Media Sosial, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Vol 8 (9): 323-332*
- Ananda, A.S., Garcia, A.H., Lamberti, L. 2016. A comprehensive framework of social media marketing strategic actions for marketing organizations. *Journal of Innovation & Knowledge, Vol. 1: 170-180.*
- Anggito, A. & Setiawan, J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat : CV Jejak
- Aprilya, T. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *E-Journal Ilmu Komunikasi Vol. 5(1), 13-23*
- Arianto
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad, A. 2005. *Pokok-Pokok Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- As'ad, H. AR. 2017. The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Rev. of Integrateive Business & Economics, Vol. 3 (1): 334 - 345*
- Asse A, Azlam R. 2018. Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warung Bakso Mas Cingkrank di Makasar). *Jurnal Komunikasi KAREBA Vol.7 No.2*
- Atmoko, B. D. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Buchari, Alma. 1992. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Christiani Th. E. 2020. Analisis Strategi Media Sosial dalam membangun Brand Image (Studi pada Instagram Fujifilm Indonesia, *Jurnal Visi Komunikasi Vol. 19 (10): 75-85*
- Deliyanti Oentoro. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo
- Farahdiba, D. 2020. *Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, Vol.8 No.1, 1–16*

- Febriyantoro, MT & Arisandi D. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean, *Jurnal Manajemen Dewantara Vol 1(2): 62-76*
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Gunelius, Susan. 2011. *30- Minute Social Media Marketing*. New York: McGraw-Hill Companies
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kambali, Imam & Mastitoh, Siti. 2021. Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor POS Pati 59100. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Vol. 11 (1)*
- Kelly, et al, 2010. Avoidance of advertising in social networking sites: the teenage perspective. *Journal of Interactive Advertising. Vol. 10 No. 2, 16–27.*
- Kennedy, John E. & R D Soemanagara. 2006. *Marketing Communication*, Jakarta: Buana Ilmu Populer
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran, Ed. 12*. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philips & Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran, Ed. 3 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, M. 2010. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga
- Kurniawati, D & Arifin, N. 2015. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Manajemen*. Vol.1 No.2
- Moleong, L. J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana

- Musfar, Tengku F. 2020. *Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Novita NA, Oktianingrum S, Sanjaya VF. 2022. Pengaruh Digitalisasi Pemasaran (Pemasaran Online) Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Pada Perspektif Ekonomi Syariah di Kota Bandar Lampung, *e-Journal Al-Dzahab Vol. 3 (1): 1-9*
- Panuju, R. 2019. *Komunikasi Pemasaran (Pemasaran sebagai Gejala. Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran)*. Jakarta: Kencana.
- Panuju, R. 2019. *Komunikasi Pemasaran, Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Prasetyo, B.D., Asmara, W.W., Tamitiadini, D.D., Destrity, N.A., Avina, D.A.A., Kurnia Ilahi, A. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press
- Prisgunanto, I. 2006. *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Ritonga, Z. 2020. *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Deepublish
- Ritonga, Zuriani. 2020. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Budi Utama
- Rizal, FZ. 2019. Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek, *Inter Komunika Vol 4 (1): 75-87*
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. N. 2018. Peran media sosial dalam mendukung pemasaran produk organisasi bisnis. *Ikraith Ekonomika, 1(2), 25-20*.
- Romundang, Astri dkk. 2021. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Penulis Kita
- Roudhonah, 2019. *Ilmu Komunikasi*. Depok : Rajagrafindo Persada
- Rukajat, A. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish
- Salusu, J. 2015. *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: PT Grasindo
- Santoso & Amanda Putri. 2017. *Pengaruh konten post Instagram terhadap onlineEngagement. Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita*. Surabaya: Skripsi. Institusi Teknologi Sepuluh November.

- Sari, Santy P. 2020. Strategi Meningkatkan Penjualan di Era Digital, *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business Vol 3 (3) : 291 – 300*
- Sartikah, Razati G, Utama D.H. 2018. Peran Media Sosial dalam Memperkuat Loyalitas Pada Merek, *Strategic Vol. 18 (1): 27-36*
- Setyowati, R. 2020. *Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada PT Vitapharm*. Yogyakarta: Skripsi. Prodi Manajemen Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika - UII
- Shimp, A. Terrence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Shimp, T.A. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta :Erlangga.
- Silviani, I. 2021. *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka
- Soemanagara. 2012. *Strategic Marketing Communication*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sunyoto, D. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tasnim, A Sudarso, M Anggusti. 2021. *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Untoro, Joko. 2012. *Ekonomi*. Jakarta: Kawah Media
- Wainira M.A.D, Liliweri Y.K.N, Mandaru S.S.E. 2021. Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image (Studi deskriptif kualitatif pada akun @kopipapaganteng), *Jurnal Communio Vol. 10 (2): 140-150*
- Wibowo, Anita T. 2016. Pengaruh Endorser Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen, *Jurnal Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta Vol. 3. No. 1.*