

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhianti, A. A., & Herlinda, H. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 7p Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. *Scriptura*, 10(1), 34–42. <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.1.34-42>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media kita.
- Azizah Laeli N. (2021). Pengertian Bisnis Retail: Jenis, Tujuan, dan Cara Kerjanya. Gramedia Blog.
- Cangara Hafied. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikaasi* (2nd ed., Vol. 21). Rajawali Pers.
- Clara, S. A. (2018). *Komunikasi Dan Media Sosial*. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Darmaningrum, K., Bagus, I., Pidada, A., Umiyati, H., Sari, N. P., Hanadayani, tati, Sofyan, H., Hanika, M. I., Athalarik, F. M., Sukmaya, S. G., & Levyda. (2022). *perencanaan pemasaran* (N. S. Wahyuni, Ed.). Widina Bhakti Persada.
- Febbyana, C. deka. (2018). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Berkunjung Konsumen (Studi Kuantitatif mengenai Pengaruh Kandungan Pesan Foto, Gaya Komunikasi, dan Kualitas Informasi pada akun Instagram Klinik Kopi terhadap Minat Berkunjung Konsumen ke Klinik Kopi di Yogyakarta Tahun 2017).
- Firmansyah Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Media qiara, Ed.). Qiara media . [https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678\\_Buku\\_Komunikasi\\_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf)
- Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddien, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisataaan: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 72–83. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.50>
- Harningsih, H. (2021). Komunikasi Pemasaran PT Hero Supermarket Tbk. dalam Mempromosikan Produk Baru. *Propaganda*, 1(2), 102–112. <https://doi.org/10.37010/prop.v1i2.261>
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. 8(1), 217–228.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt. Dinar Hadi Surakarta.

- Herdiansyah, H. (2010). Metodologi penelitian kualitatif (R. Oktafiani, Ed.). Penerbit salemba Humanika.
- Iman, M. (2020, June 14). Pengguna Instagram Di Indonesia Didominasi Wanita Dan Generasi Milenial. IPTEK. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- Indri, L. S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Agung Sedayu Group Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah Dan Ruko Di Grand Galaxy City, Bekasi Selatan.
- Moleong, L. J. (2010). Metode Penelitian Kualitatif.
- Monika, N. K. (2017). Komunikasi Pemasaran.
- Morissan. (2013). Teori Komunikasi( Komunikator,Pesan,Percakapan,Dan Hubungan (Interpersonal) (sikumbang risman, Ed.). Ghalia Indonesia.
- Nurahlina, N. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Toska Fashion Dalam Meningkatkan Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Rahmawati, D. (2016). Pemilihan Dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Mediakomunikasi Pemasaran Online. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rismayanti puji. (2017) Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi Pada Akun Instagram @Kedai\_Digital), 1–63.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi ( *Mix Methode*). Alfabet.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. PT Alfabet.
- Tranggono, D., Nidita, Ajeng P., & Juwito. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Nacific Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific Pada Followersakun @Nacificofficial.Id. Ilmu Komunikasi, 10(Iklan, Terpaan Iklan, Instagram, Keputusan Pembeli), 1–15. <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK/article/download/357/325>
- Wardhana, A. (2021). Menejemen Pemasaran. <https://www.researchgate.net/publication/354233995>
- Weni, F. P. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Kasus Pada Bisnis Online Melalui Media Sosial Instagram Cv. Kajeje Food Malang-Jawa Timur).
- Widianingtiyas, M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran 372 Kopi Melalui Media Sosial Instagram Menarik Minat Followers Untuk Menjadi Konsmen Kota Bandung.

Wijaya, H. (2020). Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan.  
Www.Sttjaffray.Ac.Id

