

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 13–23. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/01/Jurnal Cetak \(01-20-17-06-48-55\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/01/Jurnal Cetak (01-20-17-06-48-55).pdf)
- Ariatmaja, D., & Rastini, N. (2017). Peran Brand Image Memediasi Daya Tarik Promosi dan Kewajaran Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(9), 250080.
- Adrian (2016) ,” Pemasaran Jasa”, Edisi I, Penerbit Andi, Yogyakarta. 2016.
- Aruni. (2019). *Pemasaran Dasar: Konsep dan Strategi*. (Jakarta: Rajawali Pers)
- Atmojo, S. 2017. Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woles Chips.
- Daryanto.(2011).Tujuan, Karakteristik, Jenis dan Strategi Pemasaran Jasa. Diakses pada <https://www.kajianpustaka.com/2018/11/tujuan-karakteristik>
- Dimiyati, Siziya Annisa. 2019. “Pengaruh Celebrity Endorser Melalui Sosial Media Instagram @Wiwikk_ Terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian Konsumen Brand Zoya” Dalam Dspace Faculty of Psychology and Sociocultural Science Universitas Islam Indonesia (27 Agustus 2019)
- Djaslim, Saladin. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda Karya
- Doembana, Ismawati. Abdul Rahmat., dan Muhammad Farhan. (2017) *Manajemen Dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing
- Fandy Tjiptono, (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Hamzah, M., Sudaryanto, E., Cahyo, B., & Adhi, S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif pada Ragil Kuning). *Commercium*, 4(2), 120–135.
- Handoko (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*.
- Indrawiajaya, Sigit. (2015). Analisis pengaruh kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Vol 3 No 3*.
- Juwita, P. (2020). Penerapan konsep komunikasi pemasaran Pada event organizer nuansa Dalam menyelenggarakan Acara konser musik. Universitas Muhammadiyah

Sumatera Utara, 2, 1–71.

- Kusuma, Sakto Aga (2022) Strategi Komunikasi Pemasaran Vapestore Di Purwokerto Dalam Masa Pandemi Covid-19. Skripsi thesis, Universitas Jenderal Soedirman.
- Kotler dan Keller, 2012, Marketing Management Edisi 14, Global Edition Pearson Prentice Hal
- Mardiyanto, D., & Slamet, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise Di Kedai Digital 8 Solo (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran). *Surakarta Management Journal*, 1(1), 43. <https://doi.org/10.52429/smj.v1i1.329>
- Moleong, Lexy J. (2007) Metodologi Penelitian Kualitatif, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- McQuail, Denis. (2011). Teori Komunikasi Massa: Buku 1 edisi 6. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- Ningsih, M. A., Ridwan, H., Komunikasi, J. I., Oleo, U. H., & Tenggara, K. (2021). Kontribusi Jaringan Komunikasi Kelompok Dalam Organisasi Kawan Inspirasi Kendari Di Kota Kendari. *Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi.*, 6(4), 516–524.
- Ong, F. V., & Hartanto, D. D. (2022). Analisis Penerapan Teori Model AISAS Pada Praktek Pembuatan Campaign Imlek 2022 BCA. Universitas Kristen Petra.
- Panuju, Redi. (2019). Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran. Prenadamedia Grup.
- Permassanty, T. D., & Muntiani, M. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Virtual dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 173–186.
- Puspasari, N. A., & Hermawati, T. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 5(1), 1–8.
- Putri, F. A., & Samatan, N. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran The Goods Dept Untuk Menarik Pembeli Millenial (Studi Pada The Goods Dept Pondok Indah Mall). *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan*

Hummanioramaniora, 4(1), 1. <https://doi.org/10.31604/jim.v4i1.2020.1-6>

Rangkuti, R., 2018. Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Rotan.

Ratih Hurriyati, 2015. Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen. Bandung : Alfabeta.

Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71–90. www.queenova.com,

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.

Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Suherman, K. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods PT. Expand Berlian Mulia di Semarang. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83–98.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>