

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER BUKU:

- Fadhallah. (2021). *Wawancara*. UNJ Press.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish CV. Budi Utama.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Deepublish.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Manajemen Pemasaran Islam (Cetakan Pertama)*. Deepublish.
- Martoyo, A., Susilawati, E., Kusumawardhani, Z. N., Dawis, A. M., Novalia, N., Fransisca, Y., Lathifaturahmah, Permadi, I. K. O., Yuniawati, R. I., Susanti, L., Hikmawati, E., Satar, M., Supriyadi, A., Cholisoh, N., Kurniawan, R., & Qomarotun. (2022). *Manajemen Bisnis (Cetakan Pertama)*. CV. Tohar Media.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial*. CV. Pustaka Setia.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif* (H. Upu, Ed.). Pustaka Ramadhan.

### SUMBER LAIN:

#### JURNAL

- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1).
- Akbar, F., Tike, A., & Halik, A. (2022). Komunikasi Persuasif Dalam Membangun Kemandirian Pangan Di Kecamatan Sanggar Kabupaten Bima. *Jurnal Mercusuar*, 3(1).
- Al-Bara, & Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 10(2), 231. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987>
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber, dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.

- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(1).
- Aulya, K. N., & Arief, E. (2019). Struktur dan Diksi Teks Laporan Hasil Observasi Siswa Kelas VII SMP Negeri 4 Pariaman. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(2).
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 5(1).
- Delima, I. D., Salsabil, L. S., & Widyatari, D. (2022). Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Pelaku Usaha Mikro Makanan Ringan Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Gipang Lestari di Kecamatan Citangkil Kota Cilegon). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 28(1).
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1).
- Ermawelis. (2018). Teknologi Informasi Untuk Perpustakaan, Pusat Dokumentasi dan Informasi. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(1).  
<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Fatoni, & Irawan, D. (2019). Implementasi Metode Extreme Programming dalam Pengembangan Sistem Informasi Izin Produk Makanan. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 8(2), 159. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v8i2.679>
- Gogali, V. A., Tsabit, M., & Syarief, F. (2020). Pemanfaatan Webinar Sebagai Media Komunikasi Pemasaran di Masa Pandemi Covid-2019 (Studi Kasus Webinar BSI Digination "How To Be A Youtuber and An Entrepreneur." *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 20(2).
- Gufron, A. M., Basir, M. A., & Aminudin, M. (2021). Analisis Kesalahan Siswa Dalam Menyelesaikan Tes Kemampuan Literasi Numerasi Berdasarkan Newman's Analysis Error. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Sultan Agung 2 (Sendiksa 2)*, 2(1).
- Harahap, D. F., & Hasim, W. (2021). Implementasi SWOT Strategi Pemasaran Online Pada Counter Super Cell Di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(1).
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1).

- Koyimah, & Zutiasari, I. (2020). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Zakat Infaq Sedekah (ZIS) Pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT). *Journal of Finance and Accounting Studies*, 2(1), 1–10.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1).
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>
- Lukito, W. A., & Fahmi, A. (2020). Pengaruh Promosi Dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Journal of Economics and Accounting*, 1(2).
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4P (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, 5(2).
- Nurahma, G. A., & Hendriani, W. (2021). Tinjauan Sistematis Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif. *Mediapsi*, 7(2), 119–129. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2021.007.02.4>
- Ompusunggu, V. D. K., & Sari, N. (2019). Penggunaan Edmodo Sebagai Media Pembelajaran Matematika. *Jurnal Ilmiah Fakultas KIP Universitas Quality*, 3(1).
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(1).
- Panggabean, P. A. (2017). Kualitas Interaksi Sosial antara Penjual dan Pembeli di Taman Pintar Book Store Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(2), 106–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/indigenous.v2i2.4460>
- Rahma, A. (2017). Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional ( Event Tahunan Jakcloth). *Journal of Communication (Nyimak)*, 1(2).
- Sari, Y., R, S., & Rasyid, Y. (2018). Hubungan Antara Keterampilan Membaca Pemahaman Dengan Keterampilan Menulis Teks Laporan Hasil Observasi Siswa Kelas X SMK Negeri 3 Padang. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 7(3).
- Shintarani, E. D. (2017). Pengaruh Promosi Produk Seafoodking terhadap Brand Awareness Produk. *Journal of Communication (Nyimak)*, 1(2), 209–220.
- Sinurat, H., Silvia, I., & Sabrin. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Massage Komunikasi*, 9(1), 62–71.

Widyawati, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Zakiah Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 12(1).

Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif Model Spradley (Etnografi)*. 1–9.

Yafi, M. A., & Nurfebiaraning, S. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Kredit Mantap Pensiun Di PT. Bank Mandiri Taspen. *Journal e-Proceeding of Management*, 5(2), 2885–2887.

