DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

A, Morissan, M. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

A. Muri Yusuf. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian. Gabungan.* Jakarta : Penerbit Kencana

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising And Promotion (11th Ed.).* Mcgrow-Hill Education.

Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran.* Malang: Erlangga.

Hurriyati, Ratih. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.* Bandung: Alfabeta CV

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga

Malau, Harman. 2018. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global.* Bandung : Alfabeta

Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Harfa Creative

Rangkuti, Freddy. (2010). *Marketing Strategy & Competitive Positioning.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif.* Bandung: Pustaka Ramadhan.

Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo media pustaka.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi.* Yogyakarta : Andi.

Upaya Komunikasi.., Vinca Aprillia Rengganis, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Sumber Jurnal:

Akbar, T. (2024). Strategi Promosi Karnawarna Visual Production Dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(12), 3721-3726.

Alifiardy, M. R., Santosa, H. P., & Naryoso, A. (2022). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Label Rekaman Sun Eater Records Dalam Melakukan Kampanye Digital Karya Musik Independen. *Interaksi Online*, *11*(1), 309-325.

Alviera, E., & Aulia, S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial@ Lasolange_ di Instagram. *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)*, *2*(1), 62-79.

Apriani, W., & Fadilla, S. P. (2023). Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Transmart Tuparev Karawang. *Jurnal Bintang Manajemen, 1*(2), 239-259.

Aurelia, A. V., & Hidayat, A. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus Di PT Haruman Multi Artha). *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset, 1*(5), 346-360.

Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46-62.

Clarista, Y., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Imc Public Relations Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Pada Masa Pandemi (Studi Kasus: Pt Asuransi Binagriya Upakara Semarang). *PRecious: Public Relations Journal, 2*(1), 43-64.

Fathurahman, M. H. N., Hanifa, F. H., & Aprillina, R. (2024). Tinjauan Strategi Komunikasi Pemasaran B2b (Business-To-Business) Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Di Pt Amco Multitech Tahun 2024. *eProceedings of Applied Science, 10*(5).

Habibah, A. N., Mulyono, F., & Gunawan, C. (2023). Integrated Marketing Communication: How Imc Method Build A Brand Equity: Komunikasi Pemasaran Terpadu: Bagaimana Metode Imc Membangun Ekuitas Merek. *Marketgram Journal*, 1(1), 44-51.

Jaelani, J., & Nuraeni, R. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran melaui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram@ tamiyakitori). *eProceedings of Management*, *11*(2).

Kusumadinata, A. A., Ramadhan, A., Maulana, D., & Wiratama, F. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Hegar Coffee & Liwet Melalui Akun Instagram. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, *9*(3), 316-324.

Kusumawardani, F., Mirza, M., & Pradesti, A. (2024). Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan: Studi Kasus Wisata Jasmineparkind Kab. Tangerang. *Economic Reviews Journal, 3*(4), 1345-1351.

Lutvia, F. A., Putri, L. D., & Pitasari, D. N. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Loyalitas Konsumen pada Sayur Oppa. *Jurnal Manajemen Perusahaan: JUMPA, 2*(1), 18-31.

Mandjusri, A., Sunuantari, M., & Ibrahim, F. (2023). Model Branding Syariah dalam Praktik Periklanan Islami di Syafa'at Yogyakarta. *Syntax Idea, 5*(12), 2426-2441.

Marselina, R. D., Maesyaroh, S., Nurbaeti, A. L., & Febiansyah, I. T. (2024). Analisis Efektivitas Jaringan Bisnis pada Produk Salaut. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi*, *2*(6), 1229-1234.

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), 23–38.

Mustika, I. W. W., & Maulidah, S. B. J. (2023). Analisis penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran pada usaha kecil menengah. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 7-12.

Nirwana, T. R. B. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran MS Glow Kepada Konsumen Melalui Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Pubmedia Social Sciences and Humanities, 1*(4), 14-14.

Notowijoyo, E., & Loisa, R. (2020). Analisis komunikasi pemasaran go-pay melalui

promosi cashback. *Prologia*, *4*(2), 332-338.

Octaviana, E., Zahara, Z., Ponirin, P., & Farid, F. (2024). Peran content marketing Instagram sebagai strategi menumbuhkan brand awareness pada usaha Springshop_PLW. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 289-304.

Putra, R., & Furrie, W. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Optimalisasi Media Sosial Instagram Nafas Pertama. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi, 5*(3), 2523-2534.

Putri, A. I., Octavia, D. A. R., & Romadhan, M. I. (2022). Penerapan Integrated Marketing Communication (Imc) Oleh Aiola Eatery Dalam Keberhasilan Promo Halal Bi Halal. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818), 2*(02), 1-7.

Rahmani, T. F., & Hidayat, D. (2024). Strategi Marketing Public Relations Dalam Melakukan Rebranding Lembaga Amil Zakat Persatuan Islam. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik, 11*(1), 73-80.

Ramadhan, M. F., Novia, R., & Hesti, S. (2024). Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Pengelolaan Media Sosial Instagram@ Duacoffee. *Interpretasi: Communication & Public Relation*, 4(2), 122-135.

Ri'aeni, I. (2017). Strategi komunikasi pemasaran digital pada produk kuliner tradisional. *Lugas jurnal komunikasi*, *1*(2), 141-149.

Rifial. Aina Dwi. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIOMU DALAM MENJANGKAU SEGMENTASI PENDENGAR. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Roisah, R., & Dianita, W. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Shopping Enjoyment Terhadap Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Shopee. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa, 5*(1), 9-19.

Safitri, E., Auliana, L., Sukoco, I., & Barkah, C. S. (2022). Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis, 19*(2), 259-267.

Santoso, E. B., & Samboro, J. (2017). Pengaruh promosi penjualan dan inovasi

produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 11(1), 1-8.

Sendianto, S. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Beserta Peramalan Penjualannya. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 16*(2), 85-94.

Surniandari, A. (2017). Viral marketing sebagai alternatif strategi pemasaran produk Sariz. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, 1*(1), 35-43.

Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi komunikasi pemasaran Shopee dalam membangun positioning di tengah pandemi Covid-19 di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(2), 16-29.

Tolan, M. S., Pelleng, F. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity, 2*(5), 360-364.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, *2*(2), 271-278.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910

Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, *5*(1).

Wijaya, P. U. K. (2023). Analisis Implementasi Integrated Marketing Communication Legalku melalui Media Sosial Instagram. *Innovative: Journal Of Social Science Research, 3*(4), 9500-9509.