DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif.* CV. Syakir Media Press.

Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, *11*(3), 207. https://doi.org/10.20473/jmtt.v11i3.9789

Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, *1*(2), 1–9. https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57

Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, *5*(3), 8920–8928. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400

As'ad, H. R., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand. Jurnal Kominfo.

BANJARANSARI, Y. G. (2018). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE PAGE DOWN CLOTH MAKER.

Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk Umkm. *Neo-Bis*, *8*(2), 179–189. https://doi.org/10.21107/NBS.V8I2.472

Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., & Sitorus, R. S. (2022). Peran Komunikasi Bisnis Dalam Membantu Perkembangan Umkm. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, *3*(1), 100–108. https://doi.org/10.53695/js.v3i1.700

Dewi Untari, D. E. F. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram

(Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Journal of Contemporary Asia*, *2*(3), 308–321. https://doi.org/10.1080/00472330080000221

Fauzi, A. N. (2022). *KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL MELALUI INSTAGRAM DAN FACEBOOK DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Usaha Sablon Satuan YK di Yogyakarta)*.

Fiantika, W. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue Maret).

Hariyanto, D. (2016). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).

Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Penulis : Didik Hariyanto Diterbitkan oleh Jl . Mojopahit 666 B Sidoarjo ISBN : 978-623-6081-32-7 Copyright © 2021 . Authors All rights reserved. In *Pengantar Ilmu Komunikasi*.

Hasyanita, A. N., & Mayangsari, I. D. (2022). Analisa Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Eboni Watch. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *6*, 1096–1102.

Indriandini, D. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SLV TRAVEL MELALUI INSTAGRAM PADA MASA PANDEMI COVID-19 DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN. *Pharmacognosy Magazine*, *75*(17), 399–405.

Lilabror, K. (2015). *Strategi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Konveksi di Kota Semarang dalam Pasar Terbuka Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015*. *4*, 6.

Monika, N. K (2017). Pengertian Dan Definisi Komunikasi Pemasaran. *September 2017*, 5–6. http://repository.unas.ac.id/471/1/MARCOMM-2016-2017.pdf

Octavia, G., & Sari, W. P. (2019). Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting. *Prologia*, *2*(2), 339. https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3598

PRAMUDYAWATI, D. (2023). WORD OF MOUTH SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KONVEKSI FAJAR BUSANA DI DESA NGARGOREJO BOYOLALI. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, *8*(2), 289–303.

Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, *12*(2), 212-231.

Ri'aeni, I. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Produk Kuliner Tradisional. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, *1*(2), 141–149. https://doi.org/10.31334/ljk.v1i2.443

Rizky, N., & Dewi Setiawati, S. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *10*(2), 177–190. https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.177-190

Rustandy, M. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE BLUE LANE COFFEE ALAM SUTERA TANGERANG.*

Saleh, S. (2017). Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung. *Analisis Data Kualitatif*, *1*, 180. https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf

Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, *1*(1), 1–14. https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art1

Srisusilawati, P., Ibrahim, M. A., & Ganjar, R. (2019). Komunikasi Pemasaran Syariah Dalam Minat Beli Konsumen. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, *9*(1), 65. https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9(1).65-71

Tong, T. K. P. B., & Subagio, H. (2020). Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, *7*(1), 10.

Wardah, M. (2017). Pengelolaan Website Sebagai Media Informasi Publik Pada Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Pekanbaru.