

DAFTAR PUSTAKA

- Ady, R., & Rosyad, U. N. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Sneaklin Premium Laundry Shoes Studi Kasus Mengenai Strategi Word Of Mouth Sneaklin Premium Laundry Shoes di Kota Bandung. *Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi*, 4(2), 130-136.
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di PT. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Professional FIS UNIVED*, 6(1), 42-60.
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). 9(1), 43-54.
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA ANALYTICS PADA INSTAGRAM DALAM PENINGKATAN EFEKTIVITAS PEMASARAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 1 - 11.
- 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.
- Andina, A. N. (2019). Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop. *Syntax Idea*, 1(8), 39-49.
- Bagaskara, S., & Suparto. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan pada Jasa Cuci Sepatu SANS.INC dengan Metode Costumer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Senopati*, 1(1), 22-29.

- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat : Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 287-292.
- Febriani , O. M., Putra, A. S., & Nabila , M. (2021). Sistem Customer Service Cuci Bersih Pada Toko Sepatu Lampung Berbasis Andorid. *Jurnal Teknika*, 15(01), 71-79.
- Firmansyah, M. A. (2022). *Buku Komunikasi Pemasaran* . Qiara Media .
- Fitriani, Y. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006-1013.
- Hakim, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pemain dan Pecinta Sepak Bola). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1449-1458.
- Handayani , F., & Widaningsih , S. (2021). Analisi Promosi Media Sosial Instagram Menggunakan Promotion Mix (Studi Kasus Produk Galleraj Di Kota Bandung Tahun 2021) Instagram Social Media Promotion. *e-Proceeding of Applied Science*, 7(5), 1044-1051.
- Istiono, D., & Kurniasih, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Iamge Terhadap Minat Beli ((Studi Pada Konsumen Wild Original di Kota Majalengka). *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Sistem Informasi*, 3(1), 229-240.
- Jana, P. (2018). Analisis Kesalahan Mahasiswa Dalam Menyelesaikan Soal Matematika Pada Pokok Bahasan Vektor. *Jurnal Penelitian Matematika dan Pendidikan Matematika*, 2(2), 8-14.
- Kaligis, J. N., & Rawung, S. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan dalam Menggunakan Jasa Laundry Tas dan Sepatu,Studi pada Bless Laundry Manado. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 283 - 290.

- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83-98.
- M.Dermawansyah, & Rizqi, R. M. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1-6.
- Maha Putra , I. A., & Dwi Astina , K. A. (2019). Pemanfaatam Media Sosial Instagram Multiple Post Sebagai Sarana Edukasi Berbasis Visual Bagi Warganet. *Jurnal Nawal Visual*, 1(2), 113-121.
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40-46.
- Martha , Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26-32.
- Meifilina, A. (2021). INSTAGRAM REELS SEBAGAI MEDIA SELF DISCLOSURE MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Balitar Blitar). *Komunika*, 11(2), 43-57.
- Moriansyah, L. (2015). PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL: ANTECEDENTS DAN CONSEQUENCES SOCIAL MEDIA MARKETING: ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES. *rnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 187-196.
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram BY.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1-11.
- Nathannael , & Setyawati , C. Y. (2018). Eksplorasi Kualitas Layanan Pada Bisnis Clean. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4, 522-532.

- Noor, M. U. (2019). Wawasan Dalam Hashtag: Telusur Informasi Wisata Halal Melalui Hashtag #WisataHalal di Instagram. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 3(1), 55-65.
- Nugroho, M. W. (2022). Perspektif Mahasiswa Terhadap Literasi Digital di Aplikasi Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Literasi*, 6(1), 26-35.
- Permana, I. (2017). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil Menengah Makanan Siap Saji D'besto. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 19(2), 97-104.
- Pradiatiningtyas, D. (2020). Peran Instagram Sebagai Pemasaran Digital Kain Tenun Lurik ATBM Klaten. *Journal Speed*, 12(1), 1-7.
- Pratiwi, N. I. (2017). Pengguna Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202-224.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202-224.
- Pratiwi, N. I. (2017). Pengguna Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202-224.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (n.d.). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Promosi (Studi Kasus pada Happy Go Lucky House).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Puspitasari, S. A., & Afifi, S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Krisis Klinik Kesehatan Gigi di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 2(1), 63- 80.

- Putri, Y. T., & Anggapuspa, M. L. (2022). PERANCANGAN MICROBLOG INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA EDUKASIKELAS BISNIS ONLINE TOKO BAHAN KUE QONAAHSHOP. *Jurnal Barik*, 3(2), 46-56.
- Rakhmah, S. N., & Rizki, I. (2022). Sistem Informasi Pelayanan Jasa Laundry Sepatu Pada Queen Shoes Cleaning. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(1), 21-34.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 81-95.
- Saputri, R. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic*, 10(1), 47-53.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada AkunInstagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, VIII(2), 30-38.
- Sutoyo, M. D. (2020). Penerapan Personal Branding Berliana Anggit Tirtanta Sebagai Selebgram Beauty Yogyakarta di Media Sosial Instagram. 1–121.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. *Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 91-95.
- Trianah, L., Pranitasasi, D., & Marichs, S. Z. (2017). Penagruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kpuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D'Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan). *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105-122.
- Tyasmara, I. W. (2016). Strategi Promosi Surat Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Visi Komunikasi*, 15(02), 189-203.

- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Wicaksono, D., M. Baga, L., & Noviant, T. (2021). Formulasi Strategi Unit Bisnis Laundry Sepatu (Studi Kasus Darmawan Wash Shoes Bogor). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 368-365.
- Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan. *Jurnal Lentera*, XVIII(1), 53-61.
- Winawati, F. J. (2014). Strategi Marketing Communications Grand City Surabaya Dalam Membangun Brand Sebagai World Class Mall. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(1), 2-12.
- Zulfikar, A. R. (2017). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, 1(2), 279-294.