

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar : Dalam Perspektif Islam, (Jakarta : Prenada Media), h. 264.
- Ahyar et al. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Banjarnahor, A. R.(2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Sumatera: Yayasan Kita Menulis.
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: ANDI), h. 6
- Farida, N. (2014). Wawancara. Surakarta: USM Press.
- Fuad, A. (2014). *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harahap, Nursapia. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Sumatera Utara: Wal ashri Publishing
- Husnaini, F. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.
- Keller, Kotler. (2016). *Marketing Manajemen Edisi 12 jilid 1&2*. Jakarta: PT. Indeks
- Muhammad Ismail, Menggagas bisnis Islam, (Jakarta: Gema Insani Press) h. 165
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prasetyaningrum, S. & Ni'matuzahroh. (2018). *Observasi: Teori dan Aplikasi Dalam Psikologi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

Jurnal :

- Andini, N. P. (2013). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(1), 1–6.
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 13–23.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., Purba, S., Muliana, Ashoer, M., Tjiptadi, D. D., Hendra, Simarmata, H. M. P., Berlien, R., & Hasyim. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran. In Yayasan Kita Menulis (Issue April).
- Bungin, B. (2015). *Sosiologi komunikasi: teori, paradigma dan teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Butsi, F. I. (2019). Memahami Pendekatan Positivistis, Konstruktivistis dan Kritis Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 2(1), 421–427. <https://doi.org/10.7767/boehlau.9783205790099.421>
- Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung: Rajawali Pers, 2015), Hlm.305
- Fardhani, R. N. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Menarik Minat Beli Produk Umkm Camilan Seblak Pedas Ceria Di Desa Bono Sedati Gede Skripsi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 16891699. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July). <https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Hakim, L. N. (2013). *Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit*. Hasyim, M., & Listiawan, T. (2014). Penerapan Aplikasi Ibm Spss Untuk Analisis Data Bagi Pengajar Pondok Hidayatul Muftadi'in Ngunut Tulungagung Demi Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Dan Kreativitas

- Karya Ilmiah Guru. J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 2(1).
- Indonesia, A. A. S., Azizi, S., Movahed, S. A., & Khah, M. H. (2021). Abdullah Amrin. 2007. Strategi Pemasaran Asuransi Syariah. Gramedia Widiasarana Agus, Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga. South East Asian Journal of Management, 4(1).
- Jayanti, G. (2014). Penerapan E-Commerce Dalam Proses Komunikasi Pemasaran Di Toko East Kalimantan Center Samarinda. E Journal Ilmu Komunikasi, 2(3), 219–228.
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018). Efektivitas promosi melalui instagram pada umkm sektor makanan dan minuman di Kota Pekanbaru. Jurnal Benefita, 3(2), 239-247.
- Kurnianti, A. W. (2017). Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, 1(1), 69–84.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk. Jurnal Komunikasi, 8(1), 83–98.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24912/jk.v8i1.49>
- Maryanto, T., & Syahida, A. R. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Penjualan di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(1), 36-42.
- Nariati, H. (2022). Epektifitas Strategi Penanganan Pembiayaan Bermasalah Pada Produk Mudharabah Dalam Persepektif Manajemen Resiko Syariah Di KJKS N-Nur KCJatitujuh Majalengka (Doctoral dissertation, S1 Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon).
- Pratiwi, N. I. (2017). (Data Primer Sekunder) Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 212.
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/view/219/179>
- Sari, R. R. N. (2018). Pengaruh cita rasa, harga, dan tempat terhadap loyalitas konsumen (studipada Kedai Mie Djoedes Pare). *Jurnal Ekuivalensi*, 4(2), 34-43.
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh marketing mix terhadap minat beli

- konsumen pada usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144-158.
- Susanto, A., & Sunardi, A. (2017). Aktivitas bauran komunikasi pemasaran di perusahaan jamu Ibu Tjipto Kota Tegal. *Komunikator*, 9(1).
- Sutoyo, M. D. (2020). *Penerapan Personal Branding Berliana Anggit Tirtanta Sebagai Selebgram Beauty Yogyakarta di Media Sosial Instagram*. 1–121. <http://e-journal.uajy.ac.id/23533/>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wahyuni, D. L., Masyurah, A., & Suwuh, L. (2022). Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran Restoran *Bacco Wine Culture* Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1), 20
- Wika Undari, Anggia Sari Lubis. (2021). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 32–38. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.702>