DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. (2015). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta

Aditya Revaldi, H. L. P. K. S. A. G. (2022). the Effects of Brand Experience on Brand Loyalty Mediated By Brand Passion, Self-Brand Connection, Brand Affection, and Customer Satisfaction on Smartphone Users in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan (JEBIK)*, *11*(1), 47–60. http://dx.doi.org/10.26418/jebik.v11i1.48516

Ashley, & Tuten. (2015). Creative Strategies in Social Media Marketing: An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement. *Psychology & Marketing*.

Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.

Ayodya, W. (2020). *UMKM 4.0 (Strategi UMKM Memasuki Era Digital)*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.

Basrowi, & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Rineka Cipta.

Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Yogyakarta. Pustaka Belajar.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Damayanti, D. D. (2023). Literatur Review Brand Loyalty Melalui Brand Community Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*.

Firmansyah, M. A. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6).

Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(2), 111–122. https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802

Hardjana, A. (2016). Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal. *Jurnal*

Komunikasi.

Harinie, L. T., & Santoso, F. I. (2024). *Pemasaran Digital* (M. A. Wardana (ed.)). Intelektual Manifes Media.

Hartono, & Jogiyanto. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data* (1st ed.). Yogyakarta : Andi.

Iman, A. A., & Kurniawati. (2023). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Mediator Pada Produk Fashion Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, *3*(1), 543–560. https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15565

Iskandar. (2009). *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Jakarta. Gaung Persada.

Kusumadmo. (2013). *Manajemen Strategik-Pengetahuan*. Jakarta. Cahaya Atma Pustaka.

Lawasi, E. S., & Triatmanto, B. (2017). Analisis Pengaruh Komunikasi Dan Kerjasama Tim Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, *5*(3), 393–402. https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.109

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

Mukhtazar. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta. Absolute Media.

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. https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616

Nurpratama, M., & Anwar, S. (2020). Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Karangmalang

Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu. *Jurnal Investasi*, *6*(2), 87–102.

Putri, T. A. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Brand Perfume Lokal Hmns Pada Instagram @HMNS.ID*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *16*(2), 214. https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26

Rangkuti, F. (2009). *Streategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus.* Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Rianto, P. (2020). *Modul Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta. Komunikasi UII.

Rosfenda, S. M. (2023). *Pemasaran, Sikap dan Loyalitas Konsumen Produk Ayam Goreng Sambal Ladas Melalui E-Commerce*. Universitas Lampung.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta. DEEPUBLISH.

Ruslan, R. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

Sari, A. P. (2022). *Memahami Pentingnya Strategi Pada Studi Kasus 2-3 Encyclopedia Britannica*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Silvia, P. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Onix dalam Meningkatkan Penjualan Parfum Melalui Media Sosial TikTok.* Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Literasi Media Publishing.

Supriyati. (2015). *Metodelogi Penelitian*. Bandung. Labkat Press.