

DAFTAR PUSTAKA

- Asdi, A. (2023). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 200–205. <https://doi.org/10.59561/sabajaya.v1i3.37>
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2), 87. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i2.11263>
- Cangara, H. (2019). Komunikasi dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2, 1–30.
- Cardona, D., & Silviani, I. (2020). Peran Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Terhadap Produk M-150 di Suzuya Supermarket Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunika*, 5(1), 1–6.
- Destriani, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Panorama Lembang (Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Panorama Lembang Oleh Bagian Marketing Dalam Menarik Minat Pengunjung. *Skripsi*, 13–29.
- Effendy. (2016). Tujuan Komunikasi. *Repository.Unpas.Ac.Id*, 50–55.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media - Pasuruan, Jawa Timur.
- Ghozali. (2018). Stie Indonesia. *Bab III Metoda Penelitian*, 1–9.
- Hardi, S. (2017). Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Terhadap Produk Private Label Iindomaret dan Aalfamart (Studi Di Bandar Lampung). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Hermawan. (2014). Komunikasi Pemasaran pada Produk Agrowisata. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Junizar, M. N. (2019). Sponsorship Dimoderasi Oleh Citra Merek Yang Berimplikasi Pada Minat Beli (Studi Pada Pengguna Gojek Wilayah Bandung). *Jurnal Ekonomi Manajemen, April*, 5–24.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (12th ed.).

- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12 J). Jakarta: PT. Indeks.
- Maulin, M. (2014). *Interpersonal Skill*. Penerbit Rekayasa Sains, Bandung.
- Nur, L. Z., Prihartini, E., & Alviani, R. (2022). Pengaruh Customer Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Klinik Kecantikan dr. Amalia Di Sumedang). *Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 378–390. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- Rahmawati, A. Y. (2020). *Bauran Komunikasi Pemasaran Menurut*. July, 1–23.
- Sami, A., & Armi, A. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Penelitian Terhadap Pemilik Toko Emas Mulia Indah Di Kota Takengon). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, Volume 2(Penulis 1), Nomor4. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/5524/2625>
- Sitaniapessy, R. H. (2021a). *Komunikasi Pemasaran* (Cetakan I). Literasi Nusantara.
- Sitaniapessy, R. H. (2021b). *Komunikasi Pemasaran Teori, Konsep, dan Strategi*. Literasi Nusantara.
- Stevina, E., & Brahmana, R. K. M. R. (2015). Pengaruh brand identity terhadap purchase intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1–8.
- sugiyono. (2020). *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*.
- Sugiyono. (2020). *metode oenelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d* (Cetakan ke). Alfabeta, cv.
- Sulistianto, T., Rahmawati, S., & Kartika, L. (2022). Strategi Peningkatan Profitabilitas Profesi Content Creator Sebagai Alternatif Pilihan Karier Era 4.0. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 698–702. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i4.409>
- Tempo.com. (2024). *Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024*.
- Tery dan Franklin. (2018). Pengertian Komunikasi Kajian Pustaka. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 52.
- Utami, A. H. (2021). Media Baru Dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media Dalam Iinteraksi Keluarga. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi Dan Komunikasi Kepustakawanan*, 11(1), 8. <https://doi.org/10.20473/jpua.v11i1.2021.8-18>

- Viliaus, C., & Tobing, R. L. (2017). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Minat Beli Konsumen Pond s Yang Dimediasi Oleh Brand Equity. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 129–142.
- Wahyuni, F. D., & Sari, S. N. (2021). Analisis Penerapan Sistem E-Commerce Pada UMKM (Studi Kasus: Warung Nasi Goreng Mas No di Jalan Apron Jakarta Pusat). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(3), 155–168. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>
- Widiarti, S. D., Wahyuningratna, R. N., & Waluyo, L. S. (2023). Pengaruh Online Review dalam Kanal Youtube Female Daily Network terhadap Minat Beli Produk Skincare oleh Remaja Perempuan. *Global Komunika*, 80–92.
- Wijoyo, A., Nasution, A. S. M., Larasati, D. T., Gustiara, D., & Hilal, W. N. (2023). Upaya Pengembangan Dan Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam E-Commerce Shopee. *Bisnis Dan Pendidikan*, 1(2), 1–13. <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/teknobis>