

DAFTAR PUSTAKA

- Bayti, T. N., & D. A. (2020). *Gagasan Millenial & Generasi Z Untuk Indonesia Emas 2045*. Fianosa Publishing.
- Butterick, K. (2014). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Terj. Nurul Hasfi. Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Enterprise, J. (2013). *100 Aplikasi Paling Dahsyat*. Elex Media Komputindo.
- Fandy, T. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Andi.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Qiara Media.
- Ghony, M. D. dan F. A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Strauss, William, dan Neil Howe. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. Harper Perennial, 1991.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th Edition, Pearson Education, 2016.
- Prasetyono, Beny. "Komunikasi Pemasaran Digital untuk Generasi Z." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 13, No. 2, 2023, hlm. 115–125.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Huang, R. dan C. (2014). *Jago Jualan di Instagram*. Alona Indonesia.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Jay Kandampully, D. S. (2013). The Role of Customer ... *International Journal of Hospitality Management*, 34, 31–41.
- Kotler, Philip, dan K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Terj. Bob Sabran. Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*.

Penerbit Erlangga.

- Leksono, S. P. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Kelompok Intrans Publisng.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu.
- Makmur, R. (2016). *Bisnis Online*. Informatika.
- Marshely, A., Anjayani, D. F., & Sajaya, V. F. (2022). Pengaruh Penggunaan Promosi Online Dan Endorsement Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Ekonomi, IV, No II*.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, S. (2009). *Advertising & IMC: Principles and Practice*. Jakarta: Erlangga.
- Morissan. (2010). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Syafizal. (2007). *Dasar-Dasar Marketing Strategis*. Jakarta: Kencana.
- Panuju, Redi. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Prenada Media Group.
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sanjaya, R., & Josua, T. (2009). *Creative Digital Marketing: Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, dan Berdaya Hasil Gemilang*. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. dan L. L. K. (2000). *Perilaku Konsumen. Edisi ke Tujuh*. PT. Indeks.
- Soyomukti, N. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Ar-RuzzMedia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. PT. Elex Media Komputindo.
- Yuniat, U. (2019). *Komunikasi dan Multikulturalisme di Era Disrupsi : Tantangan dan Peluang*. Buku Litera Yogyakarta.