

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., & Sahir, S. H. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Yayasan Kita Menulis.
- Deddy Mulyana. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Hardani, Hikmatul, A. N., Ardiani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March). Penerbit Pustaka Ilmu.
- Herdiansyah Haris. (2013). *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & C. He, H. (2020). Principles of Marketing Eighth Europe an Edition. In *Pearson education ltd* (Issue 17th Edition). PEARSON EDUCATION LTD. www.pearson.com/uk
- Moleong, L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi. 36). Remaja Rosdakarya.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial* (1st ed.). Pustaka Setia.
- Rismawaty, Desayu Eka Surya, S. J. P. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome To The World Of Communications)* (Cetakan Pe). Rekayasa Sains.
- Satori Djaman, K. A. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. ALFABETA, CV.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Suryadi, E. (2021). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global* (2nd ed.). PT Remaja Rosdakarya.

Internet Searching

- Andi Dwi Riyanto. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Andi Dwi Riyanto. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report*

2022. [https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/#:~:text=Total Populasi \(jumlah penduduk\)%3A 277%2C7 juta \(tahun,juta%2C naik 12%2C6%25\)](https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/#:~:text=Total%20Populasi%20(jumlah%20penduduk)%3A%20277%2C7%20juta%20(tahun,juta%20naik%2012%2C6%25))

Jurnal

Aurel, M. F., & Itca, I. W. (2022). *SRATEGI PENGELOLAAN KONTEN “F BEAUTY STANDARD” DALAM MEMBAGUN E-WoMPADA AKUN INSTAGRAM@madformakeup.co.*

<https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/8804/3920>

Iik Arif Rahman, R. P. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK FAIR N PINKMELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.*

<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/26/162>

Wulandari, T. A., & Damayanti, F. (2021). Marketing Communication Strategy of Al Quran Publisher in the Covid-19 Pandemic Crisis. *Icobest.*

Skripsi Penelitian Terdahulu

KHADAFI MUAMMAR. (2017). *UPAYA GURU BIMBINGAN KONSELING DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI 1 TAMBANG [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].* [http://repository.uin-suska.ac.id/19475/7/7.BAB II_20171050KI.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/19475/7/7.BAB%20II_20171050KI.pdf)

NURROHMAN. (2015). *Penerapan Strategi Komunikasi Efektif Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Cabang Kota Kediri Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Donatur [Institut Agama Islam Negeri Kediri].* <http://etheses.iainkediri.ac.id/300>

Panji, P. (2014). *UPAYA LEMBAGA KONSUMEN YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN HAK KONSUMEN DI YOGYAKARTA.* Universitas Negeri Yogyakarta.

Prasetyo, A. S. (2021). *Pengaruh Pemasaran Sosial Media Instagram Dan Electronic word of mouth Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Produk Fesyen Muslim Sabhira [Universitas Komputer Indonesia].* <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5233/>