

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdussamad, Z. (2021). *Buku Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.; 1st ed.). Syakir Media Press.
- Edy Marsudi, I., Seprianti Eka Putri, Ms., Chairul Pua Tingga, Ms., Sri Anugrah Natalina, M., & Hardi Fardiansyah, M. (2020). *Manajemen Pemasaran* (H. F. Ningrum, Ed.; 1st ed.). CV. Media Sains Indonesia. www.penerbit.medsan.co.id
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Tim Qiara Media, Ed.; 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Hadisaputra, P. (2021). *Penelitian Kualitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/353587963>
- Harahap, N. (2020). *Buku Metodologi Penelitian Kualitatif* (H. Sazali, Ed.; 1st ed.). Wal Ashri Publishing.
- Hariyanto, D. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (F. A. Darma & D. M. Utomo, Eds.; 1st ed.). UMSIDA Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani, Eds.; 12th ed.). Erlangga.
- Mardia, Hutabarat, M. L. P., & Simanjuntak, M. (2021). *Strategi Pemasaran* (R. Watianthos & J. Simarmata, Eds.; 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*.
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisry, M., Putriana, A., & Hastuti Puji. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar* (J. Simarmata, Ed.; 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Rabbani, D. B., Diwyarthi, N. D. M. S., & Mulyati. (2022). *Komunikasi Pemasaran* (M. Silalahi, Ed.; Vol. 1). PT. Global Eksekutif Teknologi. www.globaleksekutifteknologi.co.id

Tasnim, Sudarso, A., & Anggusti, M. (2021). Komunikasi Pemasaran (Watrianthos. Ronal & J. Simarmata, Eds.; 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.

Jurnal:

Andani, I. F., Sadono, T. P., & Rizqi, M. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram dalam Membangun Brand Image Akun @caramiastore*.

Aprilya, T. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda* (Vol. 5, Issue 1).

Ashari, R. G. (2020). *Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pada Usaha Kuliner Berbasis Kopi (Studi pada CV. Brewok Group)*. Universitas Muhammadiyah Malang.

Banjarsari, Y. G. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Page Down Cloth Maker*.

Cahyani, R. I. (2018). *Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar TV Dalam Penyebaran Dakwah*.

Handayani, R. I. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Pantai Kutang Pada Wisatawan Domestik (Studi Pada Pengelola Wisata Pantai Kutang Di Dusun Kentong, Desa Labuhan, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan)*. Universitas Muhammadiyah Malang.

Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin'Donuts Bandung. *Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11.

Mardiyanto, D. (2019). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo)* (Vol. 03, Issue 01).

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). In *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 4, Issue 1).

- Nurmuhammad, R., & Pamungkas, I. N. A. (2020). *Pengaruh Konten Instagram Terhadap Sikap Konsumen Game Mobile PT. AGATE INTERNATIONAL*. 7.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran (Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi sebaagai Strategi Pemasaran)* (Wanda & I. Fahmi, Eds.; 1st ed.). PRENADAMEDIA GROUP.
- Pratama, R., Widjajanta, B., & Razati, G. (2017). *Co-Branding Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image* (Vol. 17, Issue 1).
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2). <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Sari, D. N. P. (2011). *Analisis Citra Merek (Brand Image) Sepatu Edward Forrer Pada Toko Edward Forrer Di Bandung* [Digital Library]. Universitas Komputer Indonesia.
- Solihat, M., Purwaningwulan, M. M., & Solihin, O. (2015). *Interpersonal Skill (Tips Membangun Komunikasi dan Relasi)* (2nd ed.). Rekayasa Sains.
- Susanti, F. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan. In *Jurnal KBP* (Vol. 3, Issue 1).
- Suswanto, P., & Setiawati, D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membanagun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 2614–0373.
- Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial* (1st ed.). aremedia Communication.
- 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>