

DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

- Ardianto, E. (2011). Metodologi penelitian untuk public relations kuantitatif dan kualitatif. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.
- Aryani, R. (2011). *Konsep penyajian jurnalisme online di www. antaranews. com*.
- Coles, B. (2015). Navigating the twittersphere. *Inside Film: If*, 165, 24.
- Fimansyah, D. (2015). Pengaruh Strategi pembelajaran dan minat belajar terhadap hasil belajar matematika. *Judika (Jurnal Pendidikan UNSIKA)*, 3(1).
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21–27.
- Ginting, D. L. (2020). *Peranan Petugas Panti Sosial Kepada Lansia*. Universitas Komputer Indonesia.
- Heriyadi, H. (2018). PERAN TEORI DALAM STUDI KOMUNIKASI. *TASAMUH*, 16(1), 97–118.
- Hidayat, A. N., & Maossyara, A. E. (n.d.). *Peran Personal Branding Rustono Terhadap Keberhasilan Brand Rustoh Tempeh Di Jepang Agus Nur Hidayat and Ahmad Enggal Maossyara2*.
- Juju, D., & Sulianta, F. (2013). *Branding promotion with social networks*. Elex Media Komputindo.
- Kasih, S. R., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2020). Milenial Intention on Social Media. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(1), 70–82.
- Keller, K. D., & Kotler, P. (2007). Manajemen Pemasaran, edisi kedua belas. *PT. Indeks. Jakarta*.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2012). Branding in B2B firms. In *Handbook of business-to-business marketing*. Edward Elgar Publishing.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). Marketing Communication: Taktik dan Strategi. *Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 12, Issue 01). edisi.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lestari, D. P. (2015). Analisis strategi internet marketing butik online di Surabaya melalui instagram. *Commonline Departemen Komunikasi*, 4(2), 412–424.
- Levin, A. (2020). *Influencer marketing for brands*. Springer.
- Maisah, M., Mahdayeni, M., Maryam, M., & Alhaddad, M. R. (2020). PENERAPAN 7P SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN TINGGI. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 325–333.
- Moleong, & J, L. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosda Karya.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muktar, M. (2017). Peranan Guru Agama Islam dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa pada Bidang Studi Aqidah Akhlak di MI Kelas V dan VI Al Muniroh II Ujungpangkah Gresik. *TASYRI': JURNAL TARBIYAH-SYARI'AH ISLAMIAH*, 24(2), 46–53.
- Nesia, A., Pangemanan, S., & Sampe, S. (2019). Peran Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Investasi (Studi Kasus PT. Conch North Sulawesi Cement). *JURNAL EKSEKUTIF*, 3(3).
- Ningtyas, F., & Rachmad, B. (2011). Pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan masalah dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 1(1), 51–60.
- Nopaldi, A., & Setiawati, S. (2018). Hubungan antara Motivasi Belajar dengan Minat Belajar Warga Binaan pada Keterampilan Menjahit di Panti Sosial Karya Wanita Andam Dewi Solok. *SPEKTRUM: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*, 6(4), 400–409.
- Pareno, S. A., & Putranto, T. D. (n.d.). POLA Q-MARKETING PERSPEKTIF KOMUNIKASI PEMASARAN THE Q MARKETING PATTERN ON MARKETING COMMUNICATION PERSPECTIVE. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 3(1).
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV Alfaberta.

Sukotjo, H., & Radix, S. A. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.

Wijaya, T., & Tanumihardja, J. E. (2014). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Konsep Diri Terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 2(2), 1–7.

2. Internet Searching

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

<https://holywings.com>

3. Karya Ilmiah

Coles, B. (2015). Navigating the twittersphere. *Inside Film: If*, 165, 24.

Fimansyah, D. (2015). Pengaruh Strategi pembelajaran dan minat belajar terhadap hasil belajar. *Judika (Jurnal Pendidikan UNSIKA)*, 3(1).

Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21–27.

Ginting, D. L. (2020). *Peranan Petugas Panti Sosial Kepada Lansia*. Universitas Komputer Indonesia.

Heriyadi, H. (2018). PERAN TEORI DALAM STUDI KOMUNIKASI. *TASÂMUH*, 16(1), 97–118.

Hidayat, A. N., & Maosyara, A. E. (n.d.). *Peran Personal Branding Rustono Terhadap Keberhasilan Brand Rustoh Tempeh Di Jepang Agus Nur Hidayat and Ahmad Enggal Maosyara2*.

Kasih, S. R., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2020). Milenial Intention on Social Media. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(1), 70–82.

Lestari, D. P. (2015). Analisis strategi internet marketing butik online di Surabaya melalui instagram. *Commonline Departemen Komunikasi*, 4(2), 412–424.

Maisah, M., Mahdayeni, M., Maryam, M., & Alhaddad, M. R. (2020). PENERAPAN 7P SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN TINGGI. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 325–333.

- Muktar, M. (2017). Peranan Guru Agama Islam dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa *TASYRI': JURNAL TARBIYAH-SYARI'AH ISLAMIAH*, 24(2), 46–53.
- Nesia, A., Pangemanan, S., & Sampe, S. (2019). Peran Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Investasi (Studi Kasus PT. Conch North Sulawesi Cement). *JURNAL EKSEKUTIF*, 3(3).
- Ningtyas, F., & Rachmad, B. (2011). Pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan masalah dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 1(1), 51–60.
- Nopaldi, A., & Setiawati, S. (2018). Hubungan antara Motivasi Belajar dengan Minat Belajar Warga Binaan pada Keterampilan Menjahit di Panti Sosial Karya Wanita Andam Dewi Solok. *SPEKTRUM: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*, 6(4), 400–409.
- Pareno, S. A., & Putranto, T. D. (n.d.). POLA Q-MARKETING PERSPEKTIF KOMUNIKASI PEMASARAN THE Q MARKETING PATTERN ON MARKETING COMMUNICATION PERSPECTIVE. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 3(1).
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Sukotjo, H., & Radix, S. A. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.
- Wijaya, T., & Tanumihardja, J. E. (2014). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Konsep Diri Terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 2(2), 1–7.