

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Hamdani dan Rambat Lupiyoadi. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Abdillah, Wahyu, dan Andry Herawati. "Pengaruh bauran pemasaran (7p) terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih sekolah berbasis entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *JIABI: Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi* 2.2 (2018): 309-325.
- Aldianto, Eko. "Strategi Pemasaran Digital Sosial Media Instagram dengan menggunakan Bantuan Selebgram di Indonesia (Analisis Digital Social Media Marketing)". (2022).
- AM, M. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Arifuddin, M. R., & Irwansyah, I. (2019). Dari foto dan video ke toko: Perkembangan instagram dalam perspektif konstruksi sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(1), 37–55.
- Bahtiar, F. C. (2017). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Pada Usaha Kecil Dan Menengah Ud. Dhipati Jaya. *Jurnal Akutansi Dan Ekonomi Bisnis*, 6(1), 51–63.
- Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita, 2012), hlm. 53

- Detta Rahmawan, Hanny Hafiar, Jimi Narotama, Peran Vlogger Sebagai Online Influencer dalam Industri Media Digital di Indonesia. (Promedia Vol. 3 No.2, 2017)
- Dianita, Safira Risqi. *Analisis Akuntansi Persediaan Obat sesuai SAK ETAP pada Apotek Jaya Farma Mojosongo Jombang*. Skripsi, STIE PGRI Dewantara Jombang, (2021).
- Doucett, Elisabeth. (2008). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago : American Library Association (E-books).
- Fred, R David. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Handayani, Rima Ika. *Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Pantai Kutang Pada Wisatawan Domestik (Studi Pada Pengelola Wisata Pantai Kutang Di Dusun Kentong, Desa Labuhan, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan)*. Skripsi, University of Muhammadiyah Malang, 2017.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Irawati, Rahma, Nabila. 2016. *Efektivitas Website sebagai media Promosi Agrowisata Gunung Mas, Bogor, Jawa Barat*. Bogor: Departemen Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat
- Jaya, I Made Laut Mertha Jaya. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia.
- Julie Messiaen, Influencer marketing How to The Popularity Threshold of Instagram Influencers impacts ConsumersBehaviour: The moderating

role of Purchase Involvement (Univ. Gent, 2017) *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1, pp. 15-24, Februari 2017, ISSN 2355-1488

Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 155

Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kurnianto, Yeri Tri. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @Tempatbiasa.kopi)*. Univeritas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari Banjarmasin.

Kusniadji, Suherman. "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang." *Jurnal Komunikasi* 8.1 (2016): 83-98.

Kotler, A., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing. Global Edition. England*. Pearson Education Limited.

Mazzini Muda dkk (2014) "Celebrity Entrepreneur Endorsement and Advertising Effectiveness" *Jurnal Procedia - Social and Behavioral Sciences* Vol. 130.

M. Nazir. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Morisson. 2007. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Perkasa.

Mulitawati, Iga Mauliga, dan Maya Retnasary. "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol

- forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag)." *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial* 4.1 (2020): 23-38.
- Musyawah, Irdha Yanti, dan Desi Idayanti. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju." *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1.1 (2022): 1-13.
- Nanda, Rizky Mai. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel di Kota Pekanbaru (Studi Akun Instagram @Mitrahotelpu). Perpustakaan Universitas Islam Riau.
- Nurahmah Latief, Pengaruh Media Sosial Intagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone pada DP store Makasar (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar, 2019)
- Nurhayaty, Maria. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) 7P di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, Vol.8, No.02, Maret 2022.
- Pratama, Rizki Bagas. *Realisasi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai Yang Dipengaruhi Oleh Pencairan Tunggal Pajak Atas Penagihan Pajak Dan Jumlah Pengusaha Kena Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying Tahun 2014-2017)*. Skripsi, Universitas Komputer Indonesia, 2019.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Indeks.
- Raymond, Laode Radinal. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Merek Dagang PT.Hipernet Indodata (Hypernet). *WACANA*, Vol. XIV, No. 4, Hlm. 297-400.

- Royan, F. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta : PT. Alex Media Komputindo.
- Saporso dan Dian Lestari, “Peranan endorser terhadap brand image dari sudut pandang konsumen”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*” Vol. 9, No. 3, September (2009): 162.
- Saputro, Adi Ryan. (2019). Analisis Sektor UMKM Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Provinsi D.I Yogyakarta.
- Sari, Resvi Dewita, dan Oktri Permata Lani. "Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram @pekanbarushoppingmall." *KINEMA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran* 1.2 (2022): 153-164.
- Setiawati dan Widyartati (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *E-Journal STIE Semarang*. 10(4): 72-80
- Siswanto, Tito. 2013. Optimalisasi Sosial Media sebagai Meda Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, Vol. 2, No. 1, JanuaryJuni 2013, hlm 80-86.
- Sugiarto, Bambang. *Pengaruh Jingle dan Tagline Iklan Teh Botol Sosro terhadap Brand Awareness pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2017.
- Syarifudin, Mochamad Ilham. (2022). Strategi Pemasaran Bisnis Menggunakan Influencer Pada Media Sosial Instagram UMKM

Sweetdrips.id (Ditinjau Dari Teori AISAS). Departemen Manajemen, Universitas Internasional Semen Indonesia.

Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi* (Jakarta: Erlangga, 2003), 469.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran edisi iii*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Yan Bayu Bramantya dan Made Jatra, “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.3, (2016): 1751.

Yuliyanti E. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Donat Madu Chanjuang di Cabang Samratulangi Bandar Lampung)*. Univeritas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill/Irwin.