

## Daftar Pustaka

- Asriwati. (2022). Strategi Komunikasi yang Efektif: Communication for Behavioral Impact (Combi) Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dangué (N. Hikmah (Ed.)). Syiah Kuala University Press.
- <https://books.google.co.id/books?id=WzFfEAAAQBAJ>
- Christian, S. A. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 711(3), 71-80.
- Doembana, Ismawati, Abdul Rahmat, and Muhammad Farhan. "Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran." Yogyakarta: ZAHIR Publishing (2017).
- Firmansyah, Anang. "Komunikasi pemasaran." Pasuruan: Qiara Media 3 (2020).
- Hariyanto, D. (2023). Komunikasi Pemasaran (F. A. Darma & M. T. Multazam (Eds.); pertama). UMSIDA Press.
- Hakim, Haikal Ibnu, Noviawan Ohorella, and Edy Prihantoro. "Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1.2 (2022): 111-122.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1).
- Kusumadinata, Ali Alamsyah, et al. "Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Hegar Coffee & Liwet Melalui Akun Instagram." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 9.3 (2023): 316-324.

- Kuswandy, J., and S. Aulia. "Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram *Online* Shop (Studi Kasus *Online* Shop Mishalot Florist). *Kiwari*, 1 (3), 415–423." (2022).
- Kotler, & Keller. (2006). *MARKETING MANAGEMENT*. In *General Equilibrium Theory*.
- Kotler,P. & Keller,K.L. (2015). *Marketing Management(15thed.)*. New Jersey: Pearson France.
- Mardiana, Siska. "Peranan komunikasi pemasaran dalam membentuk perilaku konsumen." *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2.2 (2013).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks: Sage Publication
- Moleong, L. (2010). *Metode peneltian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mubarokah, Amalina, Sri Wahyuni, and Mukhamad Zulianto. "Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Osingdeles)." *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial* 16.1 (2022): 98-104.
- Nuraeni, L., & Harnanik, H. (2017). Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kecil Keripik Bhineka Di Desa Belendung Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 647-655.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Rahman, Iik Arif, and Redi Panuju. "Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 16.2 (2017): 214-224.

- Ramadhan, Bima Rizky, and Wulan Tri Gartanti. "Strategi Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui Instagram." *Jurnal Riset Public Relations* (2022): 47-52.
- Rusdarina, Wina, and Tresna Wiwitan. "Strategi Digital Marketing X Wedding Organizer." *Jurnal Riset Public Relations* (2021): 112-119.
- Sitorus, Onny Fitriana, and Novelia Utami. "Strategi promosi pemasaran." *Fkip Uhamka* 7 (2017).
- Sofjan, A. (2010). *Manajemen pemasaran: dasar, konsep & strategi*. Rajagrafiindo Persada.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif)* (sofiya suryandarai (Ed.); ketiga). ALFABETA.
- Sutikno, M. Sobry. *Strategi Pembelajaran*. Penerbit Adab, 2021.
- White, E. (2015). In the American Grain. *The Oxford Critical and Cultural History of Modernist Magazines*, 2(2), 249–270.  
<https://doi.org/10.1093/acprof:osobl/9780199545810.003.0014>
- Wijaya, H. (2018). *Ringkasan dan Ulasan Buku Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Prof. Burhan Bungin).