

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu dan Narbuko Cholid. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Alfandi, W. (2001). *Epistemologi Geografi*. Universitas Gadjah Mada Press: Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2001. *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing* (6th ed.). Routledge.
- Fill, C. (2006). *Marketing Communication-Engagement, Strategies & Practies* (Fourth Edition). FT- Prentice Hall Finansial Times.
- Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein.2010. “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media”. *Business Horizons* 53: 59:68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Kusumastuti. (2009). *Sikap Terhadap Pengguna Facebook*. Universitas Bina Nusantara.
- Lena Ellitan, L. A. (2009). *Manajemen Inovasi Transformasi: Menuju Organisasi Kelas Dunia*.
- Lusiyana, I. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kitty Hijab di Media Sosial Instagram*. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 1–69. [http://repository.radenintan.ac.id/12433/2/skripsi indah 1%2C2 DAPUS.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/12433/2/skripsi%20indah%20DAPUS.pdf)
- Makmur, R. (2015). *Inovasi & Kreativitas Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Marentek, M., Supit, V., & Mandey, N. (2020). *Komunikasi Pemasaran*.
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media.

- Rahmadi, E. (2017). Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah, Musyarokah dan Ijarah terhadap tingkat profitabilitas di Bank Umum Syariah Periode (2011-2016).
- Riza Puspitaning Citra Dewi. (2020). Strategi Pemasaran melalui media Instagram (Studi Kasus Pemasaran Produk Pada Akun Instagram @Homedia.id). Universitas IAIN Ponorogo, 167(1), 1–5. <https://www.e-ir.info/2018/01/14/securitisation-theory-an-introduction/>
- Sudaryono, D. (2016). Manajemen Pemasaran teori dan implementasi. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta
- Sugiyono. (2012). Memahami penelitian Kualitatif. Alfabeta.
- Sugiyono. Memahami Penelitian Kualitatif / Sugiyono .2014
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2013. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, F. (2000). Manajemen jasa.
- Widada, C. K. (2018). Mengambil manfaat media sosial dalam pengembangan layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23-30.
- Widyatama, S. (2018). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 22–60.