

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157. <https://doi.org/10.24329/Jurkom.V1i1.21>
- Aida, N. R. (2020). 15 Negara Yang Berlakukan Lockdown Akibat Virus Corona. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/22/183000465/update-berikut-15-negara-yang-berlakukan-lockdown-akibat-virus-corona?page=all>
- Ali, M. R. A. Dan D. S. F. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Forever Young Crew) Marketing Communication Strategy Through Instagram Media (Case Study Forever Young Crew). *E-Proceeding Of Managemen*, 4(3), 3123–3130.
file:///C:/Users/User/Downloads/17.04.2365_Jurnal_Eproc.Pdf
- Anisyahrini, R., & Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line Di Instagram. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.24198/Prh.V3i2.18920>
- Bettioli, M., Capestro, M., Di Maria, E., & Micelli, S. (2021). Reacting To The Covid-19 Pandemic Through Digital Connectivity With Customers: The Italian Experience. *Italian Journal Of Marketing*, 2021(4), 305–330.
<https://doi.org/10.1007/S43039-021-00031-Y>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design Fifth Edition. B *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Том 53, Брой 9).

- Daryanto, D. (2014). *Teori Komunikasi*.
- Deddy, M. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Pt. Remaja Rosdakarya.
- Dermawansyah, M., & Rizqi, R. M. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1–5.
- Desi Khamaria. (2010). *Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Ayano Motor Di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*.
- Elena, C. A. (2016). Social Media – A Strategy In Developing Customer Relationship Management. *Procedia Economics And Finance*, 39, 785–790.
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30266-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30266-0)
- Ferica, S., & Parlindungan, D. R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Online Shop @ Diet _ Inget _ Irwan. *Kalbisocio Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 7(2), 53–58.
<http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisocio/article/view/149>
- Firdaus, M. A., Daeng Gs, A., Indrawati, I., Lapoliwa, G. E. S., & Chin, J. (2021). Model Komunikasi Pemasaran Kopi Tuku Sebagai Resilensi Covid-19: Sebuah Analisis Isi. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(6), 505–515.
<https://doi.org/10.25139/jkp.v5i6.4209>
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif By Dr. Nursapia Harahap, M.A. (ZLib.Org)*.
- Himawan, H., & Aulia, S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Kawasaki Motor Indonesia (Studi Kasus Pemasaran Zx-25r Saat Pandemi Covid-19). *Kiwari*, 1(1), 177. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15729>
- Irbah, H., & Putri, Y. R. (2015). *Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Band Indie Mustache And Beard*.

- Karman, Damayanti, C. N., & Dunan, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Instagram Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 09(01), 48–62. <https://doi.org/10.22236/komunika.v9i1.7139>
- Kennedy, J. E. (2006). *Marketing Communication Taktik Dan Strategi* (R Dermawan Soemanagara (Red)). Pt Buana Ilmu Populer.
- Kotler, P. (Без Дата). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*.
- Kotler, P. (1988). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian*. Erlangga.
- Kotler, P. (1992). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian* (5th Изд). Erlangga.
- Kotler, P., & Amtrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (Без Дата). *Preface Xxix Part 1 Understanding Marketing Management Ar 2 Capturing Marketing Insights 64 Art Connecting With Customers 118 Part 4 Building Strong Brands 234 Part 5 Shaping The Market Offerings 316 Pa T7 Communicating Value 468 Parts Creating Successful*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kristiyanto, E. (2009). *Khresna Mencari Raga : Mengenang Kehadiran Fransiskan (Di) Indonesia*. Lamalera.
- Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertasi Contoh Praktis Media, Punlic Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. B *Teknik Praktis Riset Komunikasi By Rachmat Kriyantono* (C 154).
- Kurnianti, A. W. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Penggerak Desa Wisata Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 180–190. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.24>
- Kusuma, F. (2020). *Pembatasan Kegiatan Di Luar Rumah Akibat Pandemi*.

<https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2020/pembatasan-kegiatan-di-luat-rumah-akibat-pandemic/>

Melalui, L., Lalalaneofficial, I., & Setiawati, C. R. (2021). *Christy Ruth Setiawati 1201913032*.

Moleong, Lexy J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Pt Remaja.

Morissan, A. . (Без Дата). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenadamedia Group.

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Prodak Polycrol Forte Melalui Akun Instagram @Ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23.

<https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>

Musa, H. G., Mulyana, D., Bajari, A., & Navarro, C. J. S. (2020). Promoting Indonesian Tourism Through Sudanese Tourists Communication Experiences In Bandung. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal Of Communications Studies)*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i1.2150>

Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Impact: Implementation And Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>

Nasution, A. U. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Dan Review Produk Pada Marketplace Tokopedia Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Feb Usu). *Jurnal Manajemen Universitas Sumatera Utara*, 1–85. <https://www.usu.ac.id/id/fakultas.html>

Nursatyo, N., & Rosliani, D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs

- Pembanding Harga Telunjuk.Com. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46.
<https://doi.org/10.33021/exp.v1i2.430>
- Pasaribu, R. (2020). Optimalization Of Online Media As A Solution For Msme Marketing Promotion In Semarang Through Covid-19 Pandemic. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 01(01).
- Patria, G., & Meldisia, F. (2021). *Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Pada Pawonputri _ Tgr)*. 642–648.
- Pertiwi, B. A. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Daily Folks Coffee Melalui Media Sosial Instagram*. 2(1), 1–7.
[http://repository.unpas.ac.id/45382/%0ahttp://repository.unpas.ac.id/45382/5/Bab Ii Inti.Pdf](http://repository.unpas.ac.id/45382/%0ahttp://repository.unpas.ac.id/45382/5/Bab%20Ii%20Inti.Pdf)
- Poetra, R. R., & Christantyawati, N. (2017). Pola Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan Di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*.
- Pradatha, K., & Muksin, N. N. (2021). Komunikasi Pemasaran Secara Persuasif Melalui Infografis Pada Instagram Ethis. Co. Id. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu ...*, 5(1), 29–39.
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/11593>
- Rambatian, D. R. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z Atau Igeneration Di Desa Cawas. *Skripsi Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta*, 9(May), 6.
https://www.slideshare.net/Maryamkazemi3/Stability-Of-Colloids%0ahttps://barnard.edu/sites/default/files/inline/student_user_guide_for_spss.pdf%0ahttp://www.ibm.com/support%0ahttp://www.spss.com/sit

es/Dm-Book/Legacy/Progdatanmgmt_Spss17.Pdf%0ahttps://Www.N

Riyantie, M., Alamsyah, A., & Pranawukir, I. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa Di Era Digital Dan Era Pandemi Covid-19. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 255–267.

<https://doi.org/10.32509/Wacana.V20i2.1721>

Rumondang Banjarnahor, A., Purba, B., Sudarso Syafrida Hafni Sahir, A., Nurhaini Munthe, R., Kato Dyah Gandasari, I., Purba, S., Ashoer Diena Dwidienawati Tjiptadi, M., Hengki Mangiring Parulian Simarmata, H., Berlien, R., & Penerbit Yayasan Kita Menulis, H. (Без Дата). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*.

Ruslim, H. (2021). *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 Pengembangan Ekonomi Bangsa Melalui Inovasi Digital Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Jakarta*.

Ryan, D., Media, U. S., & Gabay, J. (2016). *Prise For Digital Marketing*.

Setio Wibowo, P. (Без Дата). *Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia Di Era Pandemi Covid-19 Dan Kenormalan Baru English Title: Sharp Indonesia's Marketing Communication Strategy In The Covid-19 Pandemic Era And New Norms*. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>

Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16–29.

<http://52.221.78.156/index.php/linimasa/article/view/2754>

Suyatno, A., Muhtarom, M., Kom, S., & Kom, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Navia _ Kebab). *Seminar Nasional*, 9–19.

Syariah, E. (Без Дата). *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial*

Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung) Skripsi Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam Oleh Yulianti Npm : 1551010118.

Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2012). *Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, Hingga E-Marketing*. Gramedia.

Wulandari, Y., Indonesia, U. P., Fatimah, P. N., Padjadjaran, U., Wirakusumah, T. K., Padjadjaran, U., Novianti, E., & Padjadjaran, U. (2020). *Bernavigasi Dalam Perubahan Teknologi Dan Budaya Macomm Fikom Unpad* (Брой January 2021).