

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*, alih Bahasa; Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.
- Arifin, Z. (2009). *Evaluasi Pembelajaran*. PT Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. In Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Brogan, C. (2009). *Social media 101: Tactics and tips to develop your business online*. In *Powers of Freedom*.
- D Fatihudin, A. F. (2019). *Pemasaran Jasa*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., March.
- Fill, C., & Jamieson, B. (2014). *Marketing Communications*. Heriot-Watt University.
- Flew, T. (2008). *New Media : an introduction*. Oxford University Pers.
- Freddy Rangkuti. (2016). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. In *Auditing dan Jasa Assurance*.
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). *Analisis Penggunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan Dan Kedekatan Dengan Pelanggan Di Pt Saung Angklung Udjo*. *AdBispreneur*, 5(2), 193. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i2.29171>

- Kasali, R. (2008). *Manajemen Publi Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran (Prinsip-prinsip manajemen pemasaran)*. In *Edisi Millenium, Jilid 1* (Vol. 1, Issue 2).
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Mangement (12th ed)*. In USA: *Pearson International Edition*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15e édition*. New Jersey: *Pearson Education*.
- Kotler, P., Teguh, H., & Rusly, R. A. (2002). *Manajemen Pemasaran n. Edition Milenium, Jilid Pertama (Edition Mi)*. Prenhalindo.
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*.
- Lewis, B. K., & Nichols, C. (2016). *Social Media and Strategic Communication: A Three-Year Study of Attitudes and Perceptions about Social Media among College Students*. *Public Relations Journal, 10*(1).

- McLeod Jr, R., & Schell, G. P. (2019). *Management Information Systems; Manajemen Sistem Informasi Edisi 10*. Salemba Empat.
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa Mcquail 2*. Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Rosdakarya.
- Percy, L. (2023). Strategic Integrated Marketing Communications. In *Strategic Integrated Marketing Communications*. <https://doi.org/10.4324/9781003169635>
- Piercy, N., Cravens, D., & Lane, N. (2010). Marketing out of the recession. *The Marketing Review*, 10.
- Piñeiro-Otero, T., & Martínez-Rolán, X. (2016). *Understanding Digital Marketing— Basics and Actions*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28281-7_2
- Pradipta, D., Hidayat, K., & Sunarti. (2016). PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana simPATI Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 34(1)*, 138–147. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi Pemasaran Strategi dan Takik*. Ghalia Indonesia.
- Rahmanto, D. (2017). ANALISIS PERMINTAAN PASAR ONLINE PRODUK BATIK DI INDONESIA [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. In *Fakultas Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Vol. 87, Issue 1,2). <http://eprints.ums.ac.id/60940/>

- Rakhman, M. A., & Saputra, E. H. (2016). Pembuatan Aplikasi Layanan Kustomisasi Landing Page Berbasis Web. *Semnasteknomedia Online*, 6–7. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/1184%0Ahttps://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/viewFile/1184/1132>
- Ruslan, R. (2004). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi.
- Saundra Hybels, R. L. W. I. (1979). *Speech/Communication* (Fourth Pri). D. Van Nostrand.
- Siahaan, H. D., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung). *E-Proceeding of Management*, 3(1), 497–505. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3193>
- Subagyo, J. (1991). *Metode Penelitian*. Rineka Cipta.
- Sudaryono. (2022). *Komunikasi Bisnis*. KENCANA.
- Sugiyono. (2018). Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwatno, H. (2018). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual* (Edi Suryadi (ed.); Cetakan ke). Simbiosis Rekatama Media.