

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

- Abdillah, R., & Sukri, A. (2022). Manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Baper Pekanbaru. *Journal of Communication Management and Organization*, 1(01), 14-25.
- Abdulla, A., Adams, N., Bone, M., Elliott, A. M., Gaffin, J., Jones, D., Knaggs, R., Martin, D., Sampson, L., Schofield, P., & British Geriatric Society. (2016). *Guidance On The Management Of Pain In Older People. Age And Ageing*, 42 Suppl 1. <https://doi.org/10.1093/ageing/afs200>
- Agustina, I., & Lahindah, L. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Sosial Media Pada PT. Esa Kreasio Sportindo (Stayhoops). *Journal of Accounting and Business Studies*, 4(1).
- Almaida, F. A., & Nugrahani, R. U. (2019). Analisis Pengelolaan Konten Digital Marketing Media Sosial Institut Français Indonesia Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 15(1), 96-109.
- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep digital marketing berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam strategi pemasaran. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(2), 87-94.
- Firdaus, M., GS, A., Indrawati, I., Lapoliwa, G., & Chin, J. (2021). Model komunikasi pemasaran kopi tuku sebagai resiliensi covid-19: sebuah analisis isi. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(6), 505–515
- Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV.Penerbit Qiara
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish
- Febriani, N. S., dan Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. Malang: UB Press
- Hakim, H. I., Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111-122.
- Hapsara, O., Casmudi, C., Sjachro, D., Murtono, T., & Asfar, D. (2021). Perspektif digital marketing communication dalam memasarkan skincare di indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(3), 209–221.

- Jamil, A., & Eriyanto, E. (2021). Social media communication: content analysis of Indonesian parliament instagram account. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(3), 746–763.
- Katrin, K., & Vanel, Z. (2020). Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashbac) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 14.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1).
- Kuswandy, J., & Aulia, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Online Shop (Studi Kasus Online Shop Mishalot Florist). *Kiwari*, 1(3), 415-423.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- Maryanti, P. (2017). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Peningkatan Penjualan pada Cv. Guna Motor I Bogor”. *Jurnal Manajemen*. 1(2).
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran (Pemasaran sebagai Gejala. Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran)*. Jakarta: Kencana
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Ramadhan, B. R., & Gartanti, W. T. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui Instagram. *Jurnal Riset Public Relations*, 47-52.
- Rahmadani, N., & Riauan, M. A. I. (2022). Pemanfaatan Instagram@ houseofchic Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 13-23.
- Susilo, D., & Putranto, T. (2021). Content analysis of instagram posts related to the performance of the national search and rescue agency in early 2021. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1)

- Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram@ subway. indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 068-078.
- Urva, G., Pratiwi, M., & Syarief, A. O. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56-61.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM. *Dedication: jurnal pengabdian masyarakat*, 4(2), 137-148.
- Winda, H. (2022). Analisis Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Membangun Bisnis Online Di Palugadaesthetic Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 10(4). 85-97.
- Wibowo, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1)

BUKU

- Didin, F & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2019), *A Framework For Marketing Management, Sixth Edition*, Global Edition, England : Pearson
- Limakrisna, Nanda., & Yudi Julius. (2016). *Manajemen Pemasaran, Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Limakrisna, Nandan., Togi Pariluan Purba (2017), *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Bisnis di Indonesia*, Edisi 2, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A. Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja. Rosdakarya.
- Nursabila. (2019). *Digital Marketing*. Semarang: STEKOM
- Rulli, N. (2017). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

- Saragih, M. G., Manullang, S. O., & Hutahaean, J. (2020). *Marketing Era Digital*. CV. Andalan Bintang Ghonim.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, M., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Industry 4.0 vs Society 5.0*. CV. Pena Persada.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi dan Kasus*, Jakarta: Center of Academics Publishing service.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran, Prinsip dan Penerapan*, Yogyakarta: Andi.
- Wardana, W. (2018). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Deeppublish.