

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Andra Tersiana, S. TP, M. Sc “Metode Penelitian Kualitatif” 2018.
- Arianto “Komunikasi Pemasaran” Konsep dan Aplikasi di Era Digital, 2021.
- Bungin, Burhan. “Analisis Data Penelitian Kualitatif,” 2007.
- Dian Ari Nugroho. “DASAR-DASAR DIGITAL MARKETING : Teknologi, Media Sosial, dan Strategi”(2023)
- Muhammad Yusuf Saleh (2019) “Konsep dan Strategi Pemasaran” Bauran Komunikasi Hal 123 .
- Bambang Sudaryana, D.E.A., M.Si., M.Ak., C.IEA. “Metodologi Penelitian Kuantitatif” Teknik Penentuan Informan Hal 232.
- Eka, A. G. “Wenats,. Dkk. 2012.” *Success Story Intergrated Marketing Communication Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*, n.d.
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu komunikasi: teori dan praktek. Bandung: Rosda Karya, 2011.
- Fitria Halim (2021) “Manajemen Pemasaran Jasa”
- Meleong (2007) “Metodologi Penelitian Kualitatif” Keabsahan Data Hal 320.
- Muhammad Isra Iradat, “Manajemen Pemasaran Perusahaan” (2023)
- Morissan, M.A (2010) “Periklanan. Komunikasi Pemasaran Terpadu Hal 7”
Follower
- Suwatno “Komunikasi Pemasaran Kontekstual” (2018)
- Silih Agung Wasesa (2006) “Strategi Public Relations”

- Supriyati “Metodologi Penelitian Kualitatif” 2012.
- Sugiyono. (2018). Educational Research Methods Quantitative, Qualitative, and R&D Approaches. *Alfa Beta*, 114, 6–46.
- Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Voettie Wisataone (2021). “Strategi *Integrated Marketing Communication* Organisasi Nirlaba”

Sumber Jurnal :

- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *Bauran Komunikasi Pemasaran Menurut*. July, 1–23.
- Andika, D. (2021). Efektivitas *Marketplace* Shopee sebagai *Marketplace* Belanja *Online* yang Paling Disukai Mahasiswa. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 24–29.
- Clara Sari, A. (2018). *Komunikasi Dan Media Sosial*. January 2019. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Ekalista, P., & Tri Hardianto, W. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Kartika Graha Malang Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(1), 18–24. <https://doi.org/10.33366/jkn.v1i1.6>
- Endariningrum, R., & Susilo, M. E. (2008). Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 25–32.
- Hariyanto, D. (2016). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Japarianto, E., & Agatha, F. (2020). Pengaruh Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Dimediasi Oleh Customer Satisfaction Pada Pengguna Shopee di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1–10.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55–62.

Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2016). Studi Deskriptif Pelatihan Dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus. *Journal of Management*, 2(2), 1–8.

Nasution. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 2018, 32–41.

Ni Wayan Eka Wijayanti^{1*}, Ni Wayan Suardiati Putri², I. G. P. E. S. (2021). Pelatihan Bisnis Online Menggunakan Aplikasi Shopee. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(1), 206–215.
<https://doi.org/10.31764/jmm.v5i1.3760>

Nurmalasari & Erdiantoro. (2020). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *Quanta*, 4(1), 44–51.
[http://repository.unpas.ac.id/30446/4/BAB III Skripsi.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30446/4/BAB%20III%20Skripsi.pdf)

Pandawangi.S. (2021). *Metodologi Penelitian*. 4, 1–5.

Rahmatunisa, S., & Febriani, E. (2019). Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Seniman Visual (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Muklay Sebagai Seniman Visual). *Komunikologi*, 16(2), 104–111.
<https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/216>

Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.

Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana

Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 71–90.
www.queenova.com,

Srisusilawati, P. (2017). Kajian Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Jasa Perbankan. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 1–18.
<https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.1993>

Sugiono. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.

Sumarto, R. H. (2016). Komunikasi Dalam Kegiatan Public Relations. *Informasi*, 46(1), 63. <https://doi.org/10.21831/informasi.v46i1.9650>

Suparyanto dan Rosad. (2020). Teknik analisis data. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.

Takari, D. M., Hum, M., Ph, D., & Pengajian, D. (2019). *Memahami ilmu komunikasi*. 0–13.

Tyaswara, B., Rizkina Taufik, R., Suhadi, M., Danyati, R., & Bahasa Asing BSI Jakarta, A. (2017). Fashion Style Remaja Di Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 3(September), 2579–3292.