

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Abdussamad Z. (2021) *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press
- Aditya Wardhana (2021) *Manajemen Pemasaran Dasar & Konsep*. Media Sains Indonesia.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Manajemen Dan Strategi komunikasi Pemasaran*. In *Book*.
- Eka Putri D, Sudirman A, Suganda D A, Kartika D R, Martini E, Susilowati H, Trenggana, Zulfikar, Handayani, Kusuma E, Triwardhani D, Rini K, Pertiwi, Roslan H A, (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti persada Bandung.
- Firmansyah. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media. Jawa Timur
- Hafied, C. (2022). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Moleong, L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Cetakan ke 36)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong 2011. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin* (Issue Maret). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. In *Prenada Media Group*. <http://repository.unitomo.ac.id/2252/1/3>. *Buku Kompas_compressed.pdf*
- Poppy Ruliana, P. L. (2019). *Teori Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Rabbani, D. B., Desak, N., Santi, M., Sari, Y. P., Haryanti, I., Santoso, M. H., & Ardani, W. (n.d.). *Komunikasi pemasaran*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suwatno. (2018). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Simbiosis Rekatama Media.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran Distribusi Pelanggan Pasar Branding Produk Harga*. Andi.

Widyastuti, S. (2018). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Solusi Menembus Hati Pelanggan. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

Sumber Jurnal/Skripsi:

Ardiyansyah, A., Fahrizal, F., & Solida, A. (2022). Komunikasi Pemasaran Terpadu UMKM Area Wisata Tugu Keris Siginjai di Era New Normal. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 328. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.482>

Darmawan D B. (2023). Ngopi Sambil Melukis Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand Image* (Studi Deskriptif Pada Akun Tiktok @holakoffie) dalam skripsi Universitas Sangga Buana YPKP

Hidayat W T. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran *Brand Streetwear* Lokal “Hornycupcakes” Untuk Meningkatkan *Brand Positioning* Pada Konsumen Di Kota Semarang. Dalam skripsi Universitas Sultan Agung

Indriansyah D M. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Media Digital Dalam Membentuk *Brand Awareness* Produk *Fashion* (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Media Digital Batikta Bandung) dalam skripsi Universitas Sangga Buana YPKP

Putra Haryunda D. (2020). *Streetwear Essential: Youth Subculture Center*. In jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>

Wahyuli, R. R. (2019). Komunikasi Pemasaran Distro Screamous Bandung Melalui Media Sosial Instagram. In *Journal Universitas Komputer Indonesia*

Wiguna G. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk *Brand Awareness* Produk *Fashion* (Studi Deskriptif Pada Merek Pakaian “Maternal Disaster” Bandung. Dalam skripsi Universitas Sangga Buana YPKP

Sumber Internet:

Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung. (2024). *in website*
<https://multisite.bandung.go.id/disdagin/>

Hendriyani Dewi, A G I. (2024). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif,
Siaran Pers: Menparekraf: Indonesia *Fashion Week* 2024 Perkuat Ekosistem
Fesyen Tanah Air. Jakarta, 27 Maret 2024. kemenparekraf.go.id.

Hidayat N F. (2023). Merek Fesyen Lokal yang Jadi Favorit Masyarakat
Indonesia Versi Goodstats. 31 Mei 2023. data.goodstats.id

