

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdillah, L. A. (2022). *PERANAN MEDIA SOSIAL MODERN*. www.bening-mediapublishing.com
- Afandi, A. (2024). *Digital Marketing Strategi Unggul Di Era Digital*.
- Aziz, R. A. (2020). *E-BOOK DIGITAL MARKETING CONTENT*.
- Bowo Pranogyo, A. S., & Junaidi Hendro, M. S. (2024). *KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU: TEORI DAN PRAKTIK EFEKTIF Panduan Komprehensif untuk Menguasai IMC, Perilaku Konsumen, dan Strategi Pemasaran Modern* PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA.
- Faridi, A., Handiman, U. T., Ismail, M., & Saputra, D. H. (2022). *PENGANTARKOMUNIKASIPEMASARAN*.
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN :Konsep, Teori dan Implementasi*.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*.
<https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Hariyanto, didik. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Indrawati, Khoirunnisa, A., Ahmad, F. F. F. T., Brilliany, K. A., & Hazimah, Z. (2023). *Komunikasi Pemasaran Digital: Konsep, Strategi, Kasus, Dan Penelitian* (K. Kurniawan, Ed.). PUSTAKABARUPRESS.
- Koesomowidjojo, S. R. M. I. (2020). *Dasar-dasar Komunikasi*. Bhuana Ilmu Populer.

- Mukhlis, I. R. (2023). *DIGITAL MARKETING STRATEGY*.
<https://www.researchgate.net/publication/374912503>
- Primanto, D. (2022). *Kaya Dari Bisnis Wedding Organizer*. pustaka ananada srva.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *BRAND MARKETING*. WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Rabbani, D. B., Diwyarthi, N. D. M. S., Mulyanti, Umar A, M., Hadawiyah, Sari, Y. P., Sukrin, Haryanti, I., Santoso, M. H., Ardani, W., & Salehan. (2022). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. www.globaleksekitifteknologi.co.id
- Rauf, A., Orba, S., Tri, M., Ardiansyah, E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Gloriman, V., Genesis, M., Depari, S., Rahajeng, E., Dwi, M., Sri, A., Riorini, V., Hardi, S., Romindo, Y. E., & Sudarmanto, E. (2021). *Digital Marketing : Hak Cipta Buku Kemenkum dan HAM Nomor : 000259901*. <http://insaniapublishing.com>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Putri, S. E., Gheta, A. P., Whardhana, A., Nugraha, K. S., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *BRANDMARKETINGTHEARTOFBRANDING*.
- Sugito, P., Sairun, A., Ikbar Pratama, Ms., Indah Azzahra Editor Yuan Anisa, Ia., & Annisa Zuhaira, Ms. (2022). *MEDIA SOSIAL (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*.

Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif* (3 ed.). ALFABETA CV.

Ulfatin, N. (2022). *metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan teori dan aplikasinya*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).

wahyuti, T. (2023). *PRODUKSI KONTEN DIGITAL*.

Artikel Jurnal:

Amboro Alfianto, M., Rihhadatul, A., Nur Syafiqah, I., Afrah Saputro, M., & Umar El Farouq, Z. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Memperkuat Brand Awareness Pekan Raya Jakarta (PRJ). *Jurnal Pendidikan Tambusai*.

Putri, V. N., & Paramita, S. (2023). *Vidia Naldly Putri, Sinta Paramita: Strategi Komunikasi Perusahaan Fashion di Sosial Media dalam Meningkatkan Brand Awareness Strategi Komunikasi Perusahaan Fashion di Sosial Media dalam Meningkatkan Brand Awareness*.

Rahma, V. N. (2023). *PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION TOKO KOPI PADMA DALAM MENARIK PELANGGAN*. 7, 10–23.

Yupi, Y., & Heryadi Putri, A. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. *KOMVERSAL*, 5(1), 70–92.
<https://doi.org/10.38204/komversal.v5i1.1214>

Skripsi:

Nurillahi, S. (2022). *PENGARUH IMPLEMENTASI PERJANJIAN KERJA, KOMPENSASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP LOYALITAS KARYAWAN DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Pada Karyawan Wedding Organizer di Kota Tasikmalaya Periode 2020)*. Skripsi Muara Kudus : Dipublikasikan

Rahman, A. (2020). *Strategi komunikasi pemasaran wedding organizer mahar agung organizer dalam upaya meningkatkan brand awareness melalui media sosial Instagram*. Skripsi S.I.Kom pada Universitas Airlangga : Dipublikasikan.

