

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, P., (2017). Bagaimana pedagang muslim istiqomah dalam kejujuran, Jurnal ekonomi syariah teori dan terapan
- Agustina, L., (2015). Komunikasi pemasaran melalui media baru di serambi Botani, Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. EJournal Ilmu Komunikasi
- Ayu Dewi. (2015). Teknik Uji Keabsahan Data
- Budyatna, Sabar, H., Bahfiarti, T., Aini, M., & Ganiem, L. M. (2015). Teori Komunikasi AntarPribadi. Jurnal Ilmu Komunikasi
- Cahyono, S, A., (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di indonesia, Jurnal ilmu sosial dan ilmu politik,
- Cangara, H. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Kedua), Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Cangara, H. (2017). Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Doembana, I., Rahmat, A. &, & Farhan, M. (2017). Manajemen Dan Strategi komunikasi Pemasaran.
- Effendy, O. U. (2014). Komunikasi Teori dan Filsafat, Bandung : Citra Aditya Bakti
- Effendy, O. U. (2017). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek Komunikasi dalam sebuah organisasi, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Gestio, Suraya. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Melalui Whatsapp Messenger Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Industri Rumah Tangga
- Haerah. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Peningkatan Penjualan Properti di Kompleks Perumahan

- Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta : Grassindo.
- Heri Mahyuzar, Ratna Roostika. (2018). Konseptual Model Dimensi Aktivitas Pemasara Media Sosial
- Iriantara, Y. (2015). Komunikasi Bisnis. Modul 1.
- Kaplan, M, A., dan Haenlein, M., (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, UK : Elsevier Ltd.
- Karisna, N. N. (2019). Komponen Filsafat Dalam Ilmu Komunikasi. Indonesian Journal of Islamic Communication
- Karyaningsih, P. D. (2018). Ilmu komunikasi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kennedy John E, dan R Dermawan Soemanegara. (2006). Marketing Communication : Taktik & Strategi. Jakarta. PT Bhuana Ilmu Populer
- Kensil dan Christine. (2008). Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia. Jakarta. Sinar Grafika.
- Lesmana, R. (2016). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Perumahan Di Green River City Bekasi.
- Lifia Fitriana, Rinel Fitlayeni, Waza Karia Akbar (2021) Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Pasar Online Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Nagari Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat
- Machfoedz, M. (2010). Komunikasi Pemasaran Modern, Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Mayfield, A., (2008) What Is Social Media
<https://www.antonymayfield.com/2006/09/27/social-media-ebook/>
- Meilinda, N., (2018). Social media on campus: studi peran media sosial sebagai media penyebaran informasi akademik pada mahasiswa di program studi ilmu komunikasi FISIP UNSRI, The journal of society & media

- Mohd. Amrah Ridho. (2019). Metodologi Riset
- Moleong, L. J. (2004). Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2015). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 20, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, R., (2015). Media sosial: perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurhalia (2021) Adaptasi Sosial Pedagang Konvensional Terhadap Perkembangan Online Shop Studi Kasus Pedagang Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar
- Nurjaman, K., & Umam, K. (2015). Komunikasi dan Public Relations, Bandung : CV. Pustaka Setia
- Nurriska, F. A., (2016). Peran media sosial di era globalisasi pada remaja di surakarta suatu kajian teoritis dan praktis terhadap remaja dalam perspektif perubahan sosial, Jurnal analisa sosiologi
- Nursyirwan, V. I., Ardaninggar, S. S., Septiningrum, L. D., Gustiasari, D. R., & Hasan, J. M. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat
- Panuju, R. (2019). Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran, Jakarta : Prenada Media.
- Prayitno, G. A., D. (2019). Evaluasi Sebaran Kawasan Perumahan Berdasarkan Pola Ruang Di Kota Palu.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk.
- Ratnamulyani, I. A dkk (2019) - Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Tajur Surya Abadi Melalui Proyek Perumahan Royal Tajur Residence dalam Upaya Menarik Minat Beli Konsumen di Kota Bogor.

- Riadi, M. (2020). Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah dan Hambatan). Kajianpustaka.Com.
- Rifka. (2020). Penggunaan Media Sosial Sebagai Efektivitas Komunikasi Pemasaran pada Pedagang di Pasar Aceh dalam Pandangan Islam
- Rismayanti, P. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan. Mediator: Jurnal Komunikasi
- Saryono, (2010). Metode Penelitian Kualitatif, Bandung : PT. Alfabeta.
- Simanullang, P. E. (2019). Public Relations Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran.
<https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/niagawan/article/view/14259>
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet. CV.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV.
- Sujatmiko Eko. (2014). Kamus IPS, Aksara Sinergi Media. Surakarta.
- Sukma, N., Asidik, A., & Nurul Hafifah. (2016). Minat Generasi Milenial Dan Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah : Pengembangan Model TPB.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. In Edisi I, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). Pemasaran Esensi dan Aplikasi, Jakarta : Andi.
- Utami, A. B. (2018). Analisis Jaringan Komunikasi Kelompok.
<https://sikumbang.tapera.go.id/lokasi-perumahan/NPH0920102020T001/siteplan>
diakses pada tanggal 20 maret 2023 10.08