

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ardianto, E. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson uk.
- Deddy, M. (2018). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Bumi Aksara.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. UK: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Erlangga
- Moleong. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*.
- Priasa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*.
- Purwanto, D. (2003). *Komunikasi Bisnis* (Edisi Ketiga).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-21). CV Alfabeta.
- Suharsono, & Dwiantara, L. (2013). *Komunikasi Bisnis*.
- West, R., & Turner, L. H. (2007). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*.
- Yin, R. K. (1994). *Case Study Research*.

ARTICLE/ JURNAL

- Abadi, G. G. A. (2017). *Strategi Komunikasi Bisnis untuk Mencapai Tujuan Pemasaran*. Diss. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa,.
- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9(5), 501–517. <https://doi.org/10.1108/13620430410550754>
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>

Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 88–94. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.461>

Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya*.

Rito, Z. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Tribun Medan dalam Menghadapi Bisnis Media di Era Digital*.

Rizki, A. P. (2024). *Strategi Sukses Pembuatan Konten Instagram dari Konsep hingga Publikasi*. Vokasi Unair.

Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>

Zook, Z., & Smith, P. R. (2016). *Marketing communications: offline and online integration, engagement and analytics*. Kogan Page Publishers.

WEBSITE

Hidayati. (n.d.). *Pemasaran lewat Konten? Yuk, Kenali Content Marketing dari Definisi, Tujuan, hingga Strategi Kontennya*. Prosple. <https://id.prosple.com/career-planning/pemasaran-lewat-konten-yuk-kenali-content-marketing-dari-definisi-tujuan-hingga-strategi-kontennya>

Lestari, P. A. (2022). *Strategi Bisnis Melalui Pendekatan Komunikasi*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/ptrayulestri/6399b6a508a8b53a3a25bab2/strategi-bisnis-melalui-pendekatan-komunikasi>

LSP Digital Marketing. (2023). *Pengertian pemasaran Menurut Para Ahli*. <https://lspdigitalmarketing.id/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>

Slice. (2024a). *10 Jenis Konten Paling Efektif di Media Sosial 2024*.

Slice. (2024b). *Tren Pengguna Media sosial dan Digital Marketing Indonesia*. <https://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>

Sonar Platform. (n.d.). *Pemasaran Dahulu dan Sekarang: Evolusi Strategi di Era Digital*. <https://sonarplatform.com/id/evolusi-strategi-pemasaran-era-digital/>
Spotify. (2022). *How Gen Z Is Using Audio To Hear and Be Heard*.

