

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, A. (2015). *Strategy marketing communication*. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 14(1), 87-109.
- Anugrah, M. F. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital. Jakarta: Gramedia.
- Arifanty, L. D. (2024). *Branding UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Terang Bulan Crispy Affan di Kelurahan Mojo*. [Penelitian kualitatif].
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Arfah, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Asmajasari, M. (1997). *Dasar-dasar Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Wiley.
- Delozier, M. W. (1976). *Sales Promotion: The Temporary Competitive Advantage*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Fitriani, N. (2024). Strategi Pemasaran UMKM dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Toko Busana Mbak Asih Desa Tanjungtirta). [Penelitian kualitatif].
- Google Maps. (2024). Lokasi Delipel Tastynas. Diakses dari <https://maps.google.com>
- Hakim, H. I. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. [Penelitian kualitatif].
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Jenada, D. (2024). Strategi Marketing Communication dalam Meningkatkan Daya Minat Beli Konsumen Melalui Platform E-Commerce. [Penelitian kualitatif, PT Reka Cipta Selera Ayam Crisbar].

- Julianti, S., & Delliana, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 208–215.
- Kennedy, dan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*, Jakarta : PT Buana Ilmu Populer.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kusniadji, T. (2017). *Strategi Pemasaran di Era Digitalisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Kustanto, A. (2022). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai: Pilar Ekonomi Kerakyatan Dalam Dimensi Politik Hukum Integratif. *QISTIE*, 15(1), 17-31.
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Michaelson, G. A. (2004). Sun Tzu: *The Art of War for Managers*. New York: Adams Media.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moekijat. (1991). *Teori Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Moleong, Lexy J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

- Nurul, Fitriani (2024) Strategi Pemasaran Umkm Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Toko Busana Mbak Asih Desa Tanjungtirta, Punggelan, Banjarnegara). Diakses : 24 Desember 2024.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Priansa, D. J. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: Alfabeta.
- Puspitasari, Monica T. (2020). Analisis Mix Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram. Diakses : 24 Desember 2024.
- Riswandi, R. (2009). Ilmu Komunikasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Riduwan. (2009). Dasar-Dasar Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., & Gilbert, D. R., Jr. (1995). *Management (6th ed.)*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2011). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Swastha, B. (1984). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi ke-4). Yogyakarta: Andi.
- Website Delipel Tastynas. (2024). Diakses dari <https://www.delipel.id>
- Zarrella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. O'Reilly Media.