

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *Penggunaan Komunikasi Massa: Perspektif Terkini dalam Penelitian Gratifikasi*. Beverly Hills: Sage.
- Botsman, R. (2017). *Siapa yang Bisa Anda Percaya?*. London: Penguin Books.
- Bowo A. (2021) 'Komunikasi Pemasaran Terpadu', *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, (June), pp. 57–63.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Kebutuhan informasi organisasi, kekayaan media, dan desain struktural. *Ilmu Manajemen*, 32(5), 554–571.
- Didik Hariyanto, D.H. (2021) *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Faridi, A. *et al.* (2022) *Pengantar Komunikasi Pemasaran*. Available at: https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=59iEEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+pengantar+komunikasi&ots=lhPW28d_R1&sig=IlqYbIQVmLIQ0ct9Rdj74nEKqjc.
- Goffman, E. (1959). *Presentasi Diri dalam Kehidupan Sehari-hari*. New York: Anchor Books.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). *Komunikasi Massa dan Interaksi Parasosial*. Urbana: University of Illinois Press.
- Islam Darul. (2023) 'Strategi Komunikasi Pemasaran', *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, (June), pp. 57–63.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Pengaruh Personal: Peran Orang dalam Aliran Komunikasi Massa*. Glencoe: Free Press.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *Merek Bernama Anda*. New York: McGraw-Hill.
- Mulyana, M. (2019) 'Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi', *Materi Tutorial*

Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran, (June), pp. 57–63.

Rogers, E. M. (2003). *Difusi Inovasi* (edisi ke-5). New York: Free Press.

Sugito *et al.* (2022) *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*.

Surokim (2016) ‘Riset Komunikasi : Buku Pendamping Bimbingan Skripsi’, *Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & Aspikom Jawa Timur*, p. 285. Available at: <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-RISET-KOMUNIKASI-JADI.pdf>.

Suryana, A. (2014) ‘Konsep-konsep Dasar Komunikasi Pemasaran’, pp. 1–71.

Wardhana, A. (2020) ‘Brand Image Dan Brand Awareness’, *Brand Marketing: the Art of Branding* [Preprint], (January).

Wilson, R. F. (2012). *Buku Pegangan Pemasaran Viral*. New York: McGraw-Hill.

Yudin (2020) *Metode penelitian kualitatif*.

Zulfikar. *Et al.* (2024) ‘Komunikasi Massa’, *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, (June), pp. 57–63.\

Sumber Jurnal:

Conway, R.N.F. (1991) ‘Have changes in educational services for students with intellectual disability resulted in advances in those students’ qu0ality of life?’, *Australia and New Zealand Journal of Developmental Disabilities*, 17(3), pp. 271–283. Available at: <https://doi.org/10.1080/07263869100034611>.

Didik Hariyanto, D.H. (2021) *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*.

Fitrianita, E., Widyasari, F. and Pratiwi, W.I. (2018) ‘Membangun Etos dan Kearifan Lokal melalui Foklor: Studi Kasus Foklor di Tembalang Semarang’, *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 2(1), p. 71. Available at: <https://doi.org/10.14710/endogami.2.1.71-79>.

Hanggraito, A.A. *et al.* (2021) ‘Teknologi, Badan Pengkajian dan Penerapan’, *JSHP*:

- Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 1(1), p. 282. Available at:
<http://jurnal.poltekba.ac.id/index.php/prosiding/article/view/385>
<http://jurnal.stpsahidsurakarta.ac.id/index.php/JPI/article/view/134/80>
<https://scholar.google.com/citations?user=OB3eJYAAAAJ&hl=en>
<http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidi>.
- Mulyana, M. (2019) 'Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi', *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, (June), pp. 57–63.
- Puspitarini, D.S. and Nuraeni, R. (2019) 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi', *Jurnal Common*, 3(1), pp. 71–80. Available at:
<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>.
- Putri, N.C., Kusma, A. and Adim, R. (2023) 'Strategi Pembuatan Konten Kreatif oleh Influencer dalam Melakukan Endorsement melalui Instagram', *Journal of Communication, Business and Social Science*, 1(1), pp. 30–37.
- Rahardjo, M. (2017) 'studi kasus', *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(1), pp. 51–66. Available at:
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
<http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055>
<https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>
<https://doi.org/10.1>.
- Saradika, A. (2020) 'Bagian Kedelapan Pengolahan Dan Analisis Data',
https://www.researchgate.net/publication/340654541_Teknik_Analisis_Data,
 p. Universitas Muhammadiyah Jakarta. Available at:
https://www.researchgate.net/publication/340654541_Teknik_Analisis_Data.
- Sugito et al. (2022) *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*.
- Surokim (2016) 'Riset Komunikasi : Buku Pendamping Bimbingan Skripsi', *Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & Aspikom*

Jawa Timur, p. 285. Available at: <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-RISET-KOMUNIKASI-JADI.pdf>.

Suryana, A. (2014) 'Konsep-konsep Dasar Komunikasi Pemasaran', pp. 1–71.

Syahputri, A.Z., Fallenia, F. Della and Syafitri, R. (2023) 'Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif'.

Wardhana, A. (2020) 'Brand Image Dan Brand Awareness', *Brand Marketing: the Art of Branding* [Preprint], (January).

Yudin (2020) *Metode penelitian kualitatif*.

