DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Adisaputro, Gunawan. (2010). Manajemen Pemasaran: Analisis untuk perancangan strategi pemasaran. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Arikunto, S. (2016). Penelitian tindakan kelas (Edisi revisi). Bumi Aksara.

Atmoko, Bambang dwi. (2012). Instagram hand book Jakarta: media kita

Bulaeng, A.R. (2002). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.

Cangara, H. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi. Rajawali Pers.

Cangara, H. (2019). Pengantar ilmu komunikasi. Depok: Rajawali Pers.

Cangara, Hafied. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi. Edisi kedua. Jakarta.

Christina Spurgeon. (2007), Advertising and New Media. London : Routledge.

Djsalim, Saladin. (2003). Manajemen pemasaran. Bandung: Linda Karya.

Durianto, D. (2004). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. Gramedia Pustaka Utama.

Effendy, O. U. (1989). Kamus komunikasi. Bandung: CV Mandar Maju.

Effendy, O. U. (1993). Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi. Citra Aditya Bakti.

Effendy, O. U. (2002). Hubungan masyarakat: Suatu studi komunikologis. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Effendy, O. U. (2003). Human relations dan public relations. Bandung: Mandar Maju.

Effendy, O. U. (2005). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Remaja Rosdakarya.

Effendy. O. U. (1990). Ilmu komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Fill, C. (1995). Marketing communications: frameworks, theories and applications. London: Prentice-Hall. Firmansyah, M. A. (2023). Manajemen Pemasaran. UMSurabaya Publishing.

Dipindai dengan CamScanner

Hariyanto, D. (2021). Pengantar Ilmu Komunikasi. UMSIDA Press.

Hermawan, Agus. (2012). Komunikasi Pemasaran. Malang : Penerbit Erlangga

Hoeffler, Steve and Keller, Kevin Lane. (2003). The Marketing Advantages of Kencana Prenada Media Group.

Kotler, Philip dan Keller, (2007), Manajemen Pemasaran jilid 1, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip dan Keller, (2009). Manajemen pemasaran jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CVAl Fath Zumar.

Moleong, L. J. (2007). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Morissan, M. A. (2010). Periklanan komunikasi pemasaran terpadu. Kencana.

Muhammad, As'adi. (2009). Cara pintar promosi: murah dan efektif sebuah panduan lengkap. Gerailmu.

Mulyana, Deddy. (2000). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung. PT Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. (2004). Komunikasi efektif: Suatu pendekatan lintasbudaya. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. (2005). Ilmu komunikasi: Suatu pengantar. PT Remaja Rosdakarya. Rajawali Pers

Rangkuti, Freddy. (2002). Riset pemasaran. Gramedia.

Sulaksana, Uyung. (2003). Integrated marketing communications. Pustaka Pelajar.

Suliyanto. (2018). Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi. Andi, Yogjakarta.

Dipindai dengan CamScanner

Ardianti, S. U., Wahyu, S., Handayani, E., Ilmu, F., Politik, I., & Surakarta, U. (2021). *Interior Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Di Desa*. *19*(4), 287–292.

Asrori, M. (2016). Pengertian, Tujuan Dan Ruang Lingkup Strategi Pembelajaran. *Madrasah*, *6*(2), 26. https://doi.org/10.18860/jt.v6i2.3301

Budi, Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosia Sebagai Sarana Promosi Perpusda Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, *3*(1), 3–9.

Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, & Sofiana Jelita. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, *1*(4), 68–81. https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137

Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep,Teknik, & Prosedur Analisis)*.

Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *ThaqÃfiyyÃT*, *13*(1), 188–204.

Hasnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Imiah. *Journal Genta Mulia*, *15*(0), 1–23.

Lim, R. P., Purnomo, D., & Sari, D. K. (2021). Pengaruh Pengguna Instagram Terhadap Kesehatan Mental. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, *13*(1), 47–66. https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/13757/6599

Marentek, M., Supit, V., & Mandey, N. (2020). *Komunikasi Pemasaran-1*. 1–23.

Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, *2*(1), 15–26. https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234

Safitri, E., Lina Auliana, Iwan Sukoco, & Cecep Safaatul Barkah. (2022). Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, *19*(2), 259–267. https://doi.org/10.20885/jabis.vol19.iss2.art6

Warpindyastuti, L. D., & Sulistyawati, M. E. S. (2018). Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi pada MIN 18 Jakarta. *Widya Cipta*, *2*(1), 91–95.

Dipindai dengan CamScanner

Najmuddin, (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Chiperek Melalui Sosial Media Instagram*. Universitas Gunadarma.

Ayu Munawaroh , (2023). *Strategi Komunikasi Dealer Motor Melalui Media* Instagram Pada Masa Covid-19. Universitas Sangga Buana.

Damas Rambatian Rakan ,(2019). *Penggunaa Media Sosial Instagram dalam Pembentukan identitas Diri Generasi Z Atau generation di Desa Cawas*. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.

Yulianti ,(2018). *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Prepektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Raden Lampung.

Apriana Sari ,(2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran @Yu.Case.It Melalui Media Instagram*. Universitas Islam Negeri.

INTERNET

https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia

https://www.instagram.com/dataindonesia_id/p/DCLU_MmpV95/

Dipindai dengan CamScanner