

**DAFTAR PUSTAKA**

**BUKU**

- Alo, L. (2011). *Komunikasi Antar Personal*. rosdakarya.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (p. 10). Media Kita.
- Ganyang, M. T. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Konsep dan Realita)*. In Media.
- Hunger, D. J., & Wheelen, L. T. (2012). *Strategic Management and Business Policy* (13th ed.). Pearson.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 Ed). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- M. Nisrina. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. kobis.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi (Revisi)*. PT. Kharisma Putra Utama.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Satori, D., & Komariah, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Setyobudi, I., & daryanto. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Gava Media.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Refika Aditama.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. New York, NY: McGraw-Hill.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV Pustaka Setia.
- Udaya, J. D. (2013). *Manajemen Stratejik* (edisi pert). Graha Ilmu.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus Desain & Metode*. Rajawali Pers.

## JURNAL

- Abadi, Y. S. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Kompleksitas Operasi Perusahaan dan Reputasi KAP terhadap Audit Report Lag. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Ambar, R., & Sari, W. P. (2021). Komunikasi Pemasaran UMKM dalam Beradaptasi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Hello Cafe). *Prologia*, 5(1), 167. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10107>
- Asmaradewi, Y. (2019). *Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro* [Universitas Semarang]. <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2015/B.131.15.0140/B.131.15.0140-15-File-Komplit-20190214121456.pdf>
- Bulkis, A. Y. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa pada PT. Hikmah Perdana Tour*. UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR.
- Chrismardani, Y. (2014). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU : IMPLEMENTASI UNTUK UMKM. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 8(2), 176–189. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Dwiyono, P. (2018). *REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM MEDIA SOSIAL (ANALISIS SEMIOTIKA PADA AKUN INSTAGRAM @DAILYMANLY* [University of Muhammadiyah Malang]. <https://eprints.umm.ac.id/43080/>

- Dzilaqrain, H. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Muhammadiyah Magelang. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Ferlitasari, R. (2018). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA (Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Ganyang, M. T. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Konsep dan Realita)*. In Media.
- Herdian, N. A., & Candraningrum, D. A. (2018). Komunikasi Pemasaran Word of Mouth dan Electronic Word of Mouth dalam Mempertahankan Brand Existence (Studi Kasus pada Kopi Es Tak Kie). *Universitas Tarumanagara*, 2(2), 441–449.
- Indah, L. D. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Tribunnews.com dalam Meningkatkan Minat Baca di Instagram* [Universitas Esa Unggul]. <https://digilib.esaunggul.ac.id/strategi-komunikasi-pemasaran-tribunnewscom-dalam-meningkatkan-minat-baca-di-instagram-16755.html>
- Jambak, R. S. J. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Roti Kacang Rajawali Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Kota Tebing Tinggi (Studi Deskriptif Pada Ud. Arum Manis). *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Jannatin Ardhuha. (2018). Pengaruh Penerapan Metode Pembelajaran Fisika Berbasis Eksperimen Virtual Terhadap Motivasi Dan Hasil Belajar Fisika Siswa Kelas X MAN 2 Mataram Tahun Ajaran 2014/2015. *University of Mataram*.
- Kasmira, A. S. (2020). Strategi Pemerintah Dalam Pembangunan Infrastruktur Jalan Di Kabupaten Gowa. *Journal Unismuh*, 1(3). <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>
- Magfiroh, A., Zainul Arifin, & Sunarti. (2016). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(1). <https://www.neliti.com/id/publications/87520/pengaruh-citra-merek-terhadap-minat-beli-dan-keputusan-pembelian-survei-pada-mah>
- Mardiyanto, D., & Slamet, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise Di Kedai Digital 8 Solo (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran). *Surakarta Management Journal*, 1(1), 43–53.
- Nurdiansyah, F., & Rugoyah, H. S. (2021). Strategi Branding Bandung Giri Gahana Golf Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *JURNAL PURNAMA BERAZAM*,

VOL. 2, NO, 153–171.  
<https://ejournal.universitaskarimun.ac.id/index.php/ILKOM/article/view/342/212>

Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>

Prasetyo, H., & Rachmawati, I. (2016). Analisis AISAS (attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Pengguna Asus Zenfone Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2. <https://libraryeproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3100>

Pratama, F. F., & Mutia, D. (2020). PARADIGMA KUALITATIF SEBAGAI LANDASAN BERPIKIR PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN. *JURNAL KEWARGENEGARAAN*, Volume 17(1).

Pratiwi, A. N. (2019). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETERATURAN MEMBAYAR IURAN PADA PESERTA JAMINAN KESEHATAN NASIONAL (JKN) KATEGORI PESERTA MANDIRI (Studi Kasus Pasien Rawat Inap Rumah Sakit dr. Soebandi Kabupaten Jember). In *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53. <https://doi.org/https://www.cambridge.org/core/books/abs/climate-change-2013-the-physical-science-basis/summary-for-policy-makers/356E277FD1FBC887845FB9E8CBC90CCD>

Putri, E. Y. (2020). *Komunikasi Pemasaran Koppen Coffe Melalui Media Sosial*. Universitas Semarang.

Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>

Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Hootsuite. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

Saragih, R. (2017). A Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2), 26–34.

Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 38–56. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3003>

Wisnu, W., & Hapsari, P. D. (2016). Analisis AISAS Model Terhadap Product Placement Dalam Film Indonesia Studi Kasus: Brand Kuliner di Film Ada Apa

Dengan Cinta 2. *Jurnal Rekam*, 12(2), 69–81.  
<http://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/viewFile/1424/294>

#### SUMBER LAINNYA

Ade Miranti Karunia. (2020). Survei: Dampak Pandemi, 21 Persen Pengusaha Muda Terpaksa Gulung Tikar. *Kompas.Com*.  
<https://money.kompas.com/read/2020/08/18/182934226/survei-dampak-pandemi-21-persen-pengusaha-muda-terpaksa-gulung-tikar?page=all>

Ambar. (2018). *17 Peranan Media Sosial dalam Masyarakat*. Pakarkomunikasi.Com. <https://pakarkomunikasi.com/peranan-media-sosial-dalam-masyarakat>

Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Hootsuite. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

Sitepu, J. (2017). *17 Peran Komunikasi Pemasaran secara umum*. <https://pakarkomunikasi.com/peran-komunikasi-pemasaran>