

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu / Prof. Dr. Afrizal, M.A.* (Edisi Pertama). RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Ardianto Elvinaro. (2009). *Public relations Praktis : Pendekatan praktis untuk menjadi komunikator, orator, presenter dan juru kampanye handal.* Widya Padjajaran.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1998). *Qualitative Research in Education. an Introduction to Theory AndMethods.*
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Edisi Revisi). PT Raja Grafindo Persada.
- Chiranthan, C. V, Prasad, M. K., & Shreyas, R. Y. (2017). Digital MCB. *2017 International Conference On Smart Technologies For Smart Nation (SmartTechCon)*, 1514–1518.
- Creswell, J., & Guetterman, T. (2018). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research, 6th Edition.*
- Daeli, J. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran PT Finacel Finance Indonesia Dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi Kredivo Tahun 2022. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4341–4359.
- Desa, R. P., & Wahid, U. (2020). Strategi Marketing Communication PT. BCA Finance Dalam Mempertahankan Brand Ditengah Pandemi COVID-19. *Communication*, 11(2), 134–142.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi* (Cetakan 3). PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy Onong Uchjana. (2015). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek* (T. Surjaman, Ed.). Remaja Rosdakarya.
- Fathurrijal. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Multiguna BESS FINANCE Di Kota Baturaja. *Jurnal Sciences & Politics*, 7.
- Firmansyah, A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN* (T. Q. Media, Ed.; Cetakan Pertama). Qiara Media.
- Helaluddin, H., & Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik.*
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & Piercy, N. (2013). *Principles of Marketing - 6th European Edition.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management.* Pearson.
<https://books.google.co.id/books?id=eMZRYgEACAAJ>
- Laila Cahyani, F. (2020). *PENGARUH MEDIA PROMOSI DIGITAL ATAU ONLINE DAN VIRAL MARKETING* (Vol. 20).
- Marentek, M., Supit, V., & Mandey, N. H. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Edisi Pertama). POLIMDO Press.
- Milles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). Analisis data kualitatif. *Jakarta: Universitas Indonesia.*
- Mulyana, D., & Phd, M. A. (2022). *Ilmu komunikasi suatu pengantar.* Remaja Rosdakarya.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.*
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:168902048>

- Putri, K. N. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Cencil. co. id Dalam Meningkatkan Brand Awareness di Yogyakarta. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(4).
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:240368777>
- Rahim, H. Abd. R., & Radjab, E. (2017). *MANAJEMEN STRATEGI* (Cetakan 1, Vol. 230). Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., Veranita, M., & Pajajaran, P. (2023). *Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital*. 14(1), 2023–2101. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.3076>
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Shilvina Widi. (2023, Februari 3). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id.
- Sitinah. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PUBLIC RELATION PT FINANSIA MULTI FINANCE DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 1.
- Soemanagara Rd. (2016). *Strategic Marketing Communication (Konsep Strategis & Terapan)* (cetakan keempat). Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*(ke-21). Penerbit Alfabeta.
- Suprpto, T. (2011). *Pengantar ilmu komunikasi dan peran manajemen dalam komunikasi*. CAPS. <https://books.google.co.id/books?id=piRTnQAACAAJ>
- Suryanto, O., & Megawati, D. (2020). *“PAK MUSTARI” MELALUI DIGITAL MARKETING* (Nomor 2). <http://pkm.uika-bogor.ac.id/index.php/pkm-p/issue/archive>
- Susanto, D., & Kristiningrum, E. (2021). PENGEMBANGAN STANDAR NASIONAL INDONESIA (SNI) DEFINISI PANGAN FUNGSIONAL. *Jurnal Standardisasi*, 23, 53. <https://doi.org/10.31153/js.v23i1.851>
- Wasesa, S. A. (2011). *Political branding & public relations: saatnya kampanye sehat, hemat, dan bermartabat*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=ZOW85qvaAW8C>
- Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. H. M. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.