

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt. Grasindo.
- Mustafar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saleh, M. Y. (2019). *Konsep Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Sah Media.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., Keller, K. L., Koshy, A., & Jha, M. (2019). *Marketing Management: A South Asian Perspective*. Pearson Education.
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2019). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media*. Kogan Page Publishers.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Chitty, W., Hughes, G., & D'Alessandro, S. (2019). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management: Global Edition*. Pearson.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2020). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill.

- Fill, C., & Turnbull, S. (2019). *Marketing Communications: Brands, Experiences, and Participation*. Pearson.
- Hollensen, S. (2019). *Global Marketing: A Decision-Oriented Approach*. Pearson.
- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Enterprise, J. (2021). *Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2019). *Manajemen pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Heri, S. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: Pustaka Abadi.
- Wardhana, A. (2020). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tania, et.al. (2020). *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Malang: Intrans Publishing Group.
- Sari, et.al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Rahmaniar, A., Syahirah, A. N., T, A. K., Tiara, A., & Abimayu, A. (2023). *Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer 2023*. Depok: PT. Rekacipta Proxy Media.
- Hermayanto, R. (2023). *Strategi Pemasaran UMKM*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.

Penelitian Terdahulu

- Akbar, B. M. (2022). Perancangan Strategi Promosi Toko Kopi Banjaran. *Telkom University*, 60-79.
- Gianivitho, D. K. (2020). Perancangan Media Promosi Pontianak City Run. *Telkom University*, 31-32.
- Khairunnisa, K. W. (2022). Analisis Strategi Promosi Pada Penjualan Telkomsel Orbit Di Kota Madiun (Studi Kasus Pada Pt. Telkom Witel Madiun Tahun 2022). *Telkom University*, 10-43.
- Mbete, P. K. (2022). Perancangan Strategi Promosi Produk Tulip Living Di Kota Yogyakarta. *Telkom University*, 78-87.
- Mulyadi, D. (2022). Perancangan Strategi Branding Pada Media Sosial Instagram Smart Village Nusantara Direktorat Digital Business Telkom Tahun 2022. *Universitas Telkom*, 60-78.
- Pelafu, A. V. (2023). Perancangan Strategi Promosi Supplier Esther Seafood. *Telkom University*, 40-49.
- Santy, N. W. (2021). Citra Perusahaan Garuda Indonesia: Persepsi Para Loyalis Garuda Indonesia. *Digilib.Sttkd.Ac.Id*, 35-50.
- Sari, D. A. (2023). Perancangan Strategi Kreatif Pada Promosi “Iga Bakar Si Jangkung”. *Telkom University*, 31-41.
- Sumando, H. Y. (2022). Perancangan Strategi Promosi Duapuluhdua Coffee Di Kab. Tangerang. *Telkom University*, 56-62.
- Suryadarma, M. A. (2021). Perancangan Sosial Media Marketing Pada Pt. Telkom Indonesia Cabang Sto Lembang Tahun 2021. *Telkom University*, 30-50.
- Utami, V. S. (2023). Pengembangan Konten Media Sosial Pada Instagram Umkm Baso Aci Raos By Dapoer Yeny Tahun 2022. *Telkom University*, 16-23.
- Wahyuni, G. R. (2022). Perancangan Strategi Promosi Umkm Tas Labuse. *Telkom University*, 51-63.

Saadah, N. N., Budiman, A., & Yusuf, I. (2023). Analisis Pemasaran Digital Menggunakan Model AISAS Pada Produk Semakin Peka. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 1156-1157.

Fahmi, R. A. (2023). KOMUNIKASI PEMASARAN MODEL AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) DALAM STRATEGI MEMBANGUN REPUTASI BRAND DAILYHOTELS.ID. Universitas Negeri Surabaya, 191-192.

Ramadhani, A. D., Triyanto, A., & Muhammad, I. F. (2019). The Effect Of E-Marketing With Aisas Model (Attention , Interest, Search, Action , Share) On Investment Decisions In Fintech Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 49-50.

Website

Christiyaningsih. (2022, November 3). *Tujuh Kendala Pemasaran yang Sering Dihadapi Pebisnis*. Retrieved from Ameera.republika.co.id: <https://ameera.republika.co.id>

Instagram Bisnis Adalah Fitur Strategi Pemasaran, Pahami Cara Membuat & Manfaatnya. (2022, Agustus 9). Retrieved from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com>

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (n.d.). *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts*. Retrieved from [Jurnal.unpad.ac.id:https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen.komunikasi/article/view/12963/0](https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen.komunikasi/article/view/12963/0)

Sasongko, D. (2020, Agustus 24). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Retrieved from Djkn.kemenkeu.go.id: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id>

- Putri, A. M. (2023, Februari 7). *Jumlah UMKM Capai 8,71 Juta, Bisa Jadi 'Tameng' Resesi?* Retrieved from Cnbcindonesia.com: <https://www.cnbcindonesia.com/>
- Ranti, S. (2021, Desember 20). *Deretan Fitur Baru Instagram yang Meluncur Sepanjang 2021*. Retrieved from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com>