

## DAFTAR PUSAKA

- Agus, Hermawan (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, Gary, Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jilid I). Alih Bahasa.
- Atmoko, B. . (2012). *Instagram Handbook*. Gramedia Pustaka Umum.
- Andi .P. (2010). *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: DIVA Presss
- Arif .R. (2016). *Tips produktif ber-social media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- A, Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jilid I, edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- Atmoko .D, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Effendy, O. U. (1998) *Psikologi, Manajemen dan Administrasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Effendy, O. U. (2001). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2006) *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Fandy, T. (1997). *Strategi Pemasaran*, (Edisi 1). Yogyakarta: Andi.
- Hakim, H. I., Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). Strategi Komunikas Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122.
- Hidayat, Dedy N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia: Jakarta.
- Indrawan, Rully., Yaniawati, R. Poppy. (2014) *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. REFIKA ADITAMA.
- Ginting, I. H., & Sudrajat, R. H. (2022). Analisis Strategi Promosi @Jurnalrisa Coffee Di Masa Pandemi Covid-19 Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 123–137.
- Kasali, Rhenald. (1998). *Segmentasi, Targeting dan Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kennedy, John. E, R Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.

- Komala, Lukiati. (2009). *Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Kevin, L.K. (2009), *Manajemen Pemasaran*, (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Levy, Pierre. (2010). *New Media Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Erlangga.
- L.J. Moleong (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- L.J. Moleong. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Machfoedz. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cakar Ilmu
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu.
- McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Selemba Humanika.
- McQuail. (2012). *Teori Komunikasi Massa*. (Edisi 6). Jakarta: Salemba Humanika.
- M. UIdrus. (2019). *Metode Penelitian Ilmu Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. (Edisi 2). Jakarta : Erlangga.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Kencana.
- Nazir .M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nyoman Kutha. (2011). *Antropologi Sastra: Peranan Unsur-unsur Kebudayaan dalam Proses Kreatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214–224.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk*, 16(2). 25. Wacana.
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177–190.
- Rudjito. (2003). *Strategi pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis*. dalam Makalah yang disampaikan pada seminar peran perbankan dalam memperkuat ketahanan nasional kerjasama Lemhanas RI dengan BRI.
- Stella Maris. (2019). *Tren Minum Kopi Sebagai Gaya Hidup*[Online], Tersedia: <https://kumparan.com>. [Akses: 12 Oktober 2022].

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Zakawali, G. (2022). *Manfaat Reels Instagram untuk Marketing Produk*. Business.Instagram.Com.[https://business.instagram.com/instagram-reels?locale=id\\_ID](https://business.instagram.com/instagram-reels?locale=id_ID)