

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda Isrozia, Khofifah Nur Azizah, Dandung Prada Sandika, M. Rizky Bayu Pratama, Devita Wahyu Aulia Putri, E. S. (2023). Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pemasaran Produk Belikopi Di Media Sosial Instagram. 1, 1–23. <https://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrabi/article/view/479/331>
- Anjelin, C., & Wahyuni, I. I. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake Dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta. *Communication*, 9(1), 73-102.
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 13–23. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/01/Jurnal Cetak \(01-20-17-06-48-55\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/01/Jurnal Cetak (01-20-17-06-48-55).pdf)
- Armstrong, G., & Kotler, P. (n.d.). *Marketing: An Introduction, 15/e, Global Edition*.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fairuza, H. T., & Sari, S. S. (2023). *Marketing communication strategy of brother house Café Wonosobo in attract the interest through Instagram account @ brotherhouse . lounge in 2023*. 03(01), 792–797. <https://doi.org/10.12928/sylection.v3i1.14102>
- Ferdinand, A. (2002). Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuahstudi Pendahuluan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 1(1), 107-119.
- Firmansyah, A. (2020.) *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

- Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6504>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2001). Marketing management. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/ssmt.2001.21913cab.040>
- Laila Rohani, M. Yoserizal Saragih, Anang Anas Azhar, & Anita Wulanie Fitri. (2021). Marketing Communication Strategy of Online Shop to take advantage of Instagram Application (Case Study on Online Shop @cutrizkyhijab1). *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi Dan Perubahan Sosial*, 8(3), 218–228. <https://doi.org/10.33258/konfrontasi2.v8i3.159>
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40–46.
- Merni, I. (2022). Kopi Menjadi Minuman Pilihan dan Gaya Hidup Mahasiswa Sebagai Konsumen di Area Kampus. *Buletin Loupe*. <https://doi.org/10.51967/buletinloupe.v18i01.991>
- Mola, M. S. R., & Witarti, D. I. (2020). Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Pengembangan Pariwisata Ende Studi Kasus: Festival Danau Kelimutu. *Communication*, 11(1), 1–13.
- Muktaf, Z. M. (2016). Paradigma dari pendekatan teori. *Paradigma Journal*, 1990, 1–5. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/20164>

- Mulyana, D. (2017). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Munadi, F. A., Ekonomi, F., & Gunadarma, U. (2008). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor. *Journal of Economics*, 1–14.
- Nuzuli, A. K. (2023). Faktor Penghambat dan Pendukung Komunikasi antara Guru dan Siswa Tuna Rungu di SLBN Kota Sungai Penuh. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 49–58. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14505>
- Oliver, J. (2013). Teori Pemasaran Kotler Keller. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing*.
- Praptiningsih, N. A., & Putra, G. K. (2021). Toxic Relationship Dalam Komunikasi Interpersonal Di Kalangan Remaja. *Communication*, 12(2), 132. <https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1510>
- Putri, F. A., & Samatan, N. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN THE GOODS DEPT UNTUK MENARIK PEMBELI MILLENNIAL (Studi Pada The Goods Dept Pondok Indah Mall). *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummanioramania*. <https://doi.org/10.31604/jim.v4i1.2020.1-6>
- Rien Febritania, G., & Riyadi, S. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Oleh Rasaki Hydrofarm. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. <https://doi.org/10.36418/jiss.v1i3.25>
- Ropiah, S., Susanto, T., & Ramdhani, M. (2018). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran De Box Cafe dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 3(2), 231–239. <https://doi.org/10.35706/jpi.v3i2.1670>
- Said, F., Daeng GS, A., Rahman, A., Djohan, M. I., & Sukarana, M. (2023). Digital Marketing Communication Strategy of Tourism Destination of Mandalika: A

- Semiotic Analysis. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(1), 16–31.  
<https://doi.org/10.25139/jkp.v7i1.5985>
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82.  
<https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Sofiyawati, N. (2023). STRATEGI PROMOSI TEBAR HEWAN KURBAN DOMPET DHUFAFA DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 3(3), 645–663.
- Sudarsono, A. B. (2020). Representasi kritik sosial pada lirik lagu marsinah dan buruh migran pada grup band marjinal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 166–175.
- Sulistyo, D. A. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Streetside Coffee melalui Media Sosial Instagram pada Masa Pandemi*. 2(1), 1–7.  
<https://repository.uksw.edu/handle/123456789/26888>
- Tasnim, et al. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. P. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societa*, 2(1), 9.  
<https://doi.org/10.22146/jgs.40424>
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Winda Shabrina, & Sudarmilah, E. (2022). Marketing Communication Strategy Analysis in Gojek While Ppkm (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) During Covid-19 Pandemic in Indonesia. *Proceedings Of International Conference On Communication Science*, 2(1), 477–484.  
<https://doi.org/10.29303/iccsproceeding.v2i1.122>
- Winda Shabrina, & Sudarmilah, E. (2022). Marketing Communication Strategy Analysis in Gojek While Ppkm (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan

Masyarakat) During Covid-19 Pandemic in Indonesia. *Proceedings Of International Conference On Communication Science*, 2(1), 477–484. <https://doi.org/10.29303/iccspceeding.v2i1.122>

Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2019). Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam Sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 79. <https://doi.org/10.36667/jppi.v7i1.357>

Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2, 1–8. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M>

Yusuf. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group.

Zulkhairi, Z., Arneliwati, A., & Nurchayati, S. (2019). Studi Deskriptif Kualitatif: Persepsi Remaja Terhadap Perilaku Menyimpang. *Jurnal Ners Indonesia*, 9(1), 145. <https://doi.org/10.31258/jni.8.2.145-157>