

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anugrahdwi, R. (2023). Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik Dalam Bisnis Modern, Mandiri.
- Chandra, F. (2021). Social Media Marketing: Strategi Memaksimalkan Media Sosial Untuk Lejitikan Penjualan, Diva Press.
- Chandra, R. (2021). Komunikasi Digital dan Media Sosial, Gramedia.
- Ferdinand, A., Lesmana C., & Widjaja, I. (2015). Manajemen Pemasaran: Prinsip, Konsep, dan Strategi, BPFE.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2017). Manajemen pemasaran dalam kompetisi global. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Nugroho, A. S., & Haritanto, W. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan Statistik, Andi.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Rachmawati, D. (2020). Strategi pemasaran [PDF]. Repository IPMI. <https://repository.ipmi.ac.id/2351/1/eBooks%20Strategi%20Pemasaran.pdf>
- Reda Samudera. (2024). Media cetak dan peranannya dalam komunikasi massa. Media Nusantara.
- Sari, S. P. (2020). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Mandiri.
- Sari, S. P. (2025). Manajemen pemasaran dan promosi penjualan. Mandiri.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Research methods for business: A skill-building approach (7th ed.). Wiley.
- Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.
- Sudarsono. (2020). Manajemen pemasaran. Andi.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2021). Manajemen pemasaran. Salemba Empat.
- Winarto, H. (2023). Strategi pemasaran. Intelektual Manifes Media. <https://repository.ipmi.ac.id/2351/1/eBooks%20Strategi%20Pemasaran.pdf>
- Latif, A. (2020). Media massa dan perannya dalam komunikasi sosial. Penerbit Komunika.
- Hidayatullah, A. (2020). Media sosial: Teori dan aplikasi dalam komunikasi digital (hlm. 1). Penerbit Media Nusantara.

JURNAL

- Aisya, T. R., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Metode Pemasaran Online Pada Instagram & Whatsapp Dan Offline Pada Door To Door Dan Event Terhadap Keputusan Pembelian Transvision Bandung Tahun 2020. eProceedings of Applied Science, 6(2). Amalia, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis siaran iklan dan gratis ongkos kirim sebagai tipu muslihat di Youtube terhadap minat beli konsumen (Studi pada e-commerce Shopee). E-Proceeding of Applied Science, 5(2), 571–579.

- Amaliyah, M. F., Hermani, A., & Pradhanawati, A. (2022). Kajian perencanaan komprehensif digital dalam meningkatkan penjualan pada CV. Sahaja. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 123-135. (mengutip Chaffey, 2021)
- Fajrin, F. V., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Pada PT Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018. *EProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Fauzi, R., Wibowo, S., & Putri, D. Y. (2018). Perancangan aplikasi marketplace jasa percetakan berbasis website. *Fountain of Informatics Journal*, 3(1), 5-15. <https://doi.org/10.21111/fij.v3i1.1824>
- Finnah, A., & Muhammad, R. (2020). Strategi Promosi ATL dan BTL Dalam Pemasaran Produk. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 123 — 125.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hartono, R., Arifin, R., & Hufon, M. (2020). Pengaruh strategi promosi sosial media (Instagram) dan word of mouth terhadap keputusan pembelian kuliner Mbok Taya. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 9(3), 167–184.
- Ihsan, M. H. M., & Rohani, R. (2023). Implementasi strategi promosi Above The Line (ATL), Below The Line (BTL), dan Through The Line (TTL) pada UMKM di Kota Makassar. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 1156–1168. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4959>
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2017). Manajemen pemasaran dalam kompetisi global. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(1).
- Nugroho, A. S., & Haritanto, W. (2022). Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistik. Penerbit Andi.
- Panuju, R. (2019). Peran komunikasi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di era digital. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Indonesia*, 14(2), 123–135.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas bauran pemasaran pada keputusan pembelian konsumen Indomaret. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi (studi deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Common*, 3(1), 71-85. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer. Bandung: alfabeta, 2107.
- Rahmah, N. F., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh promosi social media instagram dan facebook terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Wisata Alam Gunung Papandayan tahun 2020. *EProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Ritonga, S. D. F., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Iklan pada media sosial Twitter dan Televisi terhadap keputusan pembelian di Mataharimall. com Tahun 2016. *EProceedings of Applied Science*, 2(2).
- Saei, A. P., Effendu, I., Lubis, A., & Syahputri, Y. (2024). Korelasi antara kualitas produk dan promosi sosial media dengan keputusan pembelian Bolu Salak Kenangan Padang Sidempuan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*,
- Santoso, E. B. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap minat beli ulang produk herbal HNI HPAI di business center cabang Mojokerto. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 105-110.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim Queenova. *Visi Komunikasi*, 16(1), 71–90.

- Sari, S. P. (2020). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli konsumen di Toko XYZ. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 45-56.
- Satriadi, A., & Rekan. (2021). Manajemen pemasaran: Fungsi dan peranannya dalam organisasi. Repository Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia. Diakses dari <http://repository.stei.ac.id/7568/3/BAB%20II.pdf>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Setiawan, A., & Rofifudin, F. M. (2024). Urgensi segmentasi pasar bagi perusahaan: Literature review. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 70–77.
- Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.
- Schumi. (2023). Implementasi strategi promosi Above The Line (ATL), Below The Line (BTL), dan Through The Line (TTL) pada UMKM di Kota Makassar. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 1156–1168. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4959>
- Shaputri, D. A., & Abdurrahman, M. S. (2019). Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada cafe coffee di Bandung (Studi deskriptif kualitatif pada Morning Glory Coffee). *E-Proceeding of Management*, 6(3), 6775–6794.
- Syahputra, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berbasis digital pada media sosial Facebook terhadap kepuasan pelanggan (studi pada produk IndiHome di Plaza Telkom Lembong Kota Bandung tahun 2019). *e-Proceedings of Applied Science*. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/11042>