

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada .
- Effendy, O. U. (1986). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Elvinaro Ardianto, L. K. (2005). *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek Edisi Pertama*. Bandung: Graha Ilmu.
- Fandy Tjiptono, d. (2007). *Pemasaran Strategik* . Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Humaidi. (2014). *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*. Malang: UMM Press.
- Kriyantono, R. (2002). *Teknik Praktis: Riset Komunikasi: Disertau Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Soemanagara, R. (*Strategic Marketing Communications*). 2006. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna.(2001). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.

SUMBER JURNAL

- Arief Mulyawan, H. S. (2012). Strategi Komunikasi Pemasaran Trans Studio Bandung Dalam Menumbuhkan Minat Konsumen Untuk Berkunjung. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran Vol.1., No. 1* , 1-14.
- Iik Arif Rahman, R. P. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Intagram. *WACANA, Volume 16 No.2, Desember 2017*, 214-224.

Rahastine, M. P. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran The Flat Shoes Company Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Online Shopping Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 2, September 2017*, 2579-3292.

Susanti, H. A. (2015). Strategi Komunikasi Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). *Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Volume 2 Nomor 4, Januari 2015*, 243-254.

SKRIPSI

Sholehatus Nasihah. (2010). "*Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communications) Dalam Mengokohkan Brand Dagadu Djokdja*". Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yogyakarta .

Mega Gustia Helina. (2012). "*Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Paranti 105.6 FM Pandeglang Dalam Mendapatkan Iklan*".

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Serang, Banten.

Yulizar Siregar. (2017). "*Strategi Komunikasi Pemasaran TVRI Sumatera Utara Dalam Meningkatkan Penghasilan Dari Iklan*".

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Medan Area. Medan.

INTERNET

<https://www.bukalapak.com/about#:~:text=Bukalapak.com%20adalah%20penyedia%20tempat,tahun%202010%20oleh%20mahasiswa%20ITB>.

(Diakses pada tanggal 15 April 2020)

<http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/65062> (Diakses pada tanggal 10 Mei 2020)

<https://www.bukalapak.com/terms#definition> (Diakses pada tanggal 1 Juni 2020)