

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. M. K. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sekuritas Saham di Masa Pandemi Gelombang II (Studi Pada PT Erdhika Elit Sekuritas)* [Skripsi: UPN Veteran Jakarta]. UPN Veteran Jakarta.
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 11(3), 207.
- Alsukri & Abdillah, R. (2022). Manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Baper Pekanbaru. *Journal of Communication Management and Organization*, 1(1).
- Albertina, et al. (2020) Perancangan Konten Digital Promosi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang Dalam Era New Normal. *Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata*, 7(1), 39-47.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023, 10 Oktober). Apjii.or.id. *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta>.
- Ayesha, et al. (2021). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Azmi, N. M. M. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital UMKM Arva Indonesia Dalam Memasarkan Produk dan Menarik Minat Pelanggan Melalui Media Baru. [Skripsi]. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Bachri, B. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10.
- Badan Pusat Statistika. (2023, 8 Oktober). *Impor Agustus 2023 senilai US\$18,88 Miliar, Turun 3,53% dibanding Juli 2023*. Bps.go.id. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/09/15/1969/ekspor-agustus-2023-mencapai-us-22-00-miliar--naik-5-47-persen-dibanding-juli-2023-dan-impor-agustus-2023-senilai-us-18-88-miliar--turun-3-53-persen-dibanding-juli-2023.html>.
- Bajari, A. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika*. Simbiosis Rekatama Media.
- Beacukai. (2023, 8 Oktober). *Pengertian Impor*. Beacukai.go.id. <https://www.beacukai.go.id/faq/pengertian-impor.html>.

- Baharsyam, S., & Wahyuti, T. (2022). Strategi Penggunaan Key Opinion Leader (KOL) di Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness Produk Sania Royale Soya Oil. *Jurnal Konvergensi*, 3(1), 244-256.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (6th ed.). Pearson Education Limited.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*.
- Chaffey, D., & Smith. (2008). *E-Marketing Excellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing* (3<sup>rd</sup> Ed.). Butterworth.
- Ciptosari, F., & Wadhi, Y. P. H. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Positioning, Differentiation, Branding, (PDB) Dalam Menentukan Keunggulan Kompetitif Destinasi Pariwisata (Studi Kasus Kawasan Ekowisata Wae Bobok). *Journal of Management*, 16 (1), 129-138.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Belajar.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (3rd Ed.). Pustaka Belajar.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Fahmi, R. A. (2023). Komunikasi Pemasaran Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) Dalam Strategi Membangun Reputasi Brand Dailyhotels. *Commercium*, 7(1), 190-198.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Gartner. (2013, 11 Oktober). *Key Findings From U.S Digital Marketing Spending Survey*. Gartner.com. <http://www.gartner.com/technology/research/digital-marketing/digital>.
- Hasibuan, F., A. (2023). Pengaruh Efektivitas Amplified E-WOM di Instagram Terhadap Signifikansi Jumlah Kunjungan E-Commerce Dalam Event Promo Tanggal Cantik (Survei Pengguna Tokopedia di Jakarta). [Skripsi: UPN Veteran Jakarta]. UPN Veteran Jakarta.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economica*, 2(8).
- Kartawaria, J. R., & Normansyah, C. A. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(1), 21-29.

- Kinanti, A. S., & Imran, A. I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Lemonilo Melalui Instagram The Influence Of Digital Marketing On Brand Awareness Through Instagram. *Jurnal E-Proceeding Management*, 8(2), 1788.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13rd Ed.). Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed.). Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset dan Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising. Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Kurnia, D. I., & Wiwitan, T. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Bahagia Kopi melalui Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Public Relation*. 3(1), 263-269).
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18.
- Ma, Y. (2023, 11 Oktober). *Number of Onliner Shoppers in China From 2012 to The First Half of 2023*. Statista.com. <https://www.statista.com/statistics/277391/number-of-online-buyers-in-china/>.
- Merdeka. (2023, 9 Oktober). *Produk Impor Kuasai Situs Belanja Online*. *Merdeka.com*. <https://www.merdeka.com/khas/produk-impor-kuasai-situs-belanja-online.html>.
- Muntazah, A., Novalia, & Eimilia, R. I. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Loyalty Pada Perusahaan Travel Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada CV. Khairil Tour & Travel). *Jurnal Akrab Juara*, 5(4), 211-221.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Nadeak, E. H. (2017). Karakteristik Pendidikan yang Menebus di Suatu Sekolah Kristen. *Jurnal of Language*, 13(2), 87-97.
- Nasyrullah, S. R., & Abdullah, A. (2020). Implementasi Digital Marketing Bangbeli Apps Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna di Kalangan UMKM. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(5), 236-254.

- Nursatyo., & Rosliani, D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.com. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46-47.
- Putri, E. H. (2023). *Implementasi Digital Marketing Pada Departemen Digital Marketing PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung* [Laporan Akhir, Universitas Lampung]. Universitas Lampung.
- RevoU. (2023, 12 Oktober). *Leads*. Revou.co. <https://revou.co/kosakata/leads>.
- Rusdarina, W., & Wiwitan, T. (2021). Strategi Digital Marketing X Wedding Organizer. *Journal Riset Public Relation*, 1(2), 112-119.
- Sari, P. P. A. (2023). *Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Pada PT Ritra Cargo Indonesia Cabang Denpasar* [Skripsi, Politeknik Negeri Bali]. Politeknik Negeri Bali.
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 1-14.
- Sani, I., & Lubis, N. (2023). Proses Pengurusan Dokumen Barang Ekspor Pada PT Bahari Eka Nusantara Cabang Medan. *Journal of Maritime & Education*, 4(1).
- Santika, E. F. (2023, 8 Oktober). *Meski Menyusun, Tiongkok Tetap Jadi Pengimpor Nonmigas Terbesar RI Agustus 2023*. Databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/index.php/datapublish/2023/10/12/meski-menyusun-tiongkok-tetap-jadi-pengimpor-nonmigas-terbesar-ri-agustus-2023>.
- Santosa, A. D., & Lastariwati, B. (2019). *Metode Kualitatif*. Kepel Press.
- Semuel, H., & Lianto, S., A. (2014). Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 47-54.
- Smith, P. R., & Ze Zook. (2017). *Marketing Communication: Integrated Marketing Offline and Online with Social Media*. USA: Kogen Page.
- Sugiyono (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (4th Ed.). Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supartini et al. (2022). Pelayanan Jasa Impor Barang Dalam Masa Pandemi. *Jurnal Dinamika Bahari*, 3(2).
- Suryadi, E. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development)*. PT Remaja Rosdakarya.

- Susanto, R. & Pribadi, M. A. (2022). Pemasaran Digital dalam Perencanaan Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus pada Prestige Images Motorcars). *Jurnal Kiwari*, 2(1), 97-104.
- Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633–651.
- Tania, K. S., & Hesniati (2023). Penerapan Strategi Digital Marketing Terhadap Kaca Prima Perkasa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 2(2).
- Teguh, M., & Ciawati, S. T. (2020). Perancangan Strategi Digital Marketing Communication Bagi Industri Perhotelan Dalam Menjawab Tantangan Era Posmoderen. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(1), 52-134.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102.
- Waluyo, L. (2021). *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital*. Madza Media.
- Yulaika, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Tabungan Negara Melalui Media Sosial Instagram @bankbtn. [Skripsi: UPN Veteran Jakarta]. UPN Veteran Jakarta.
- Yusuf, A. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan* (1st Ed.). Prenadamedia Group.