

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2014, *Managing Brand Equity*. Penerbit: The Free Press, New York
- Abdillah, R., & Sukri, A. (2022). Manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Baper Pekanbaru. *Journal of Communication Management and Organization*, 1(01).
- Adipratama, M. F., & Mulyana, D. (2022). Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Pickers Store dalam Meningkatkan Penjualan. *BANDUNG CONFERENCE SERIES: PUBLIC RELATIONS* /, 2(1).
- Afrilia, A. M. (2018). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN “WAROENK ORA UMUM” DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1. www.wikipedia.com
- Albrighton, Tom. (2013), *The ABC of Copywriting*, Norwich: ABC Business Communications Ltd.
- Agnes, J. (2016). PERANCANGAN STRATEGI ONLINE MARKETING BERBASIS MEDIA SOSIAL PADA PERUSAHAAN EIDEN. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1.
- Andika, R. (2010). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK CHICKEN KATSU DARI KEDAI KENCUR TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN*. Universitas Widyatama.
- Andrea, E. , & M. A. Z. (2021). Model AISAS Dalam Kampanye Anti Cyberbullying ‘No Bull’ Karya Mara Panzar. *Jurnal Desain*, 8(3), 222–235.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Aripadono, H. W. (2020). Penerapan komunikasi digital storytelling pada media sosial instagram. *Teknika*, 9(2), 121-128.
- A.S, N. D., & Amalia, D. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @surabayaterkini melalui Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) pada Tiktok. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9).
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. MediKita.
- Azis Firdaus, M., Daeng, A. G., Erlinda Sari Lapoliwa, G., & Chin, J. (2021). Model komunikasi pemasaran kopi toko sebagai resilensi covid-19: sebuah analisis isi. *JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL*. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Baker, M. J., & Cameron, E. (2008). Critical Success Factors in Destination Marketing. *Tourism and Hospitality Research*, 8(2), 79–97.
- Crismoni, A. (2021a). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA INSTAGRAM MATERNAL DISASTER* [Thesis]. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Crismoni, A. (2021b). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA INSTAGRAM MATERNAL DISASTER* [Thesis]. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Destini, A. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU CV ANUGRAH JAYA PROPERTINDO DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE CENTER PARK PALEMBANG* [Thesis]. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Dewi, R. C. P. (2020). *Strategi komunikasi pemasaran melalui media instagram (Studi kasus pemasaran produk pada akun instagram @ Homedia. id)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Diamond, S., & Sari, D. S. I. (2015). *The Visual Marketing Revolution*. Serambi Ilmu Semesta.

- Hamzah, A., & Susanti, L. (2017). *PTQ Qualitative, Quantitatif atau Mixed: Kajian Teoritis & Praktis dalam Menulis Penelitian Tindakan Kelas*. Deepublish.
- Haven, K. (2007). *Story Proof: The Science Behind the Startling Power of Story*. Westport, CT: Greenwood Publishing Group.
- Keller, K. L. (2003). *Building, Measuring and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Prehellindo.
- Kotler, P. (2005). The Role Played by the Broadening of Marketing Movement in the History of Marketing Thought. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24, 114–116.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012a). Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. *In Library of congress*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012b). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Scheff, J. (1997). *Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts*. Harvard Business School Press.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Kurniawan, P. (2011). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN PADA BATIK BURNEH. *Journal of Management Studies*, 11.
- Martha, F. (2022). *Synchronize Festival vs Pestapora: Kuasa di Balik Angka dan Algoritma*. MOJOK.CO.
- Maharani, A. J., & Setiawati, S. D. (2024). Penggunaan Storytelling dalam Pemasaran Digital Pelaku UKM Perempuan. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(1), 265-273.
- Maulida, A. N. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FALABELLE DALAM BRANDING DI INSTAGRAM* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Meifilina, A. (2022). Penerapan Aisas Model Dalam Komunikasi Pemasaran Desa Digital Pada Desa Wisata Serang Kabupaten Blitar. *KOLONI*, 1(4), 74-87.
- Moleong, L. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (Revisi). Remaja Rosda Karya.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 4(1).
- Mulyana, D. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, F. Y. (2011). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Perilaku Konsumen Rumah Makan Gudeg Pawon Di Janturan Umbulharjo)*. UPN “VETERAN” YOGYAKARTA.
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI SOCIAL COMMERCE USAHA BRO.DO. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 5(1), 136–149.

- Pamungkas, I. N. A., & Lestari, M. T. (2016). *Marketing Communication in Cyber Media Era*. Deepublish.
- Prima, S. Y. (2018). *STRATEGI IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG EVENT MUSIK DJAKARTA WEREHOUSE PROJECT 2018* [Thesis]. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Purnama, C. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Pada Kegiatan Synchronize Festival* [Thesis]. Podomoro University.
- Purnama, T. T. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Publik Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Bandung.FISIP UNPAS*
- Saldana, J. (2015). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. London: Sage
- Setyawan, A. (2023, Januari 6). *Meneroka Festival Musik di Indonesia Pada 2022*. Pophariini.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Erlangga.
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Unpar Press.
- Simamora, B. (2012). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram@ subway. indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 068-078.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. NY: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL (DIGITAL MARKETING) TERHADAP BRAND AWARENESS PADA E-COMMERCE. *Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 19(2).
- Yin, R. K. (2008). *Studi Kasus, Desain dan Metode* (Penerjemah Mudzakir). Raja Grafindo Persada.
- Schreiber, L., & Hartranft, M. (2013). *Principles Public Speaking*. Bay College. <https://www.baycollege.edu/resources/pdf/academics/academic-resources/open-education/principles-public-speaking.pdf>
- Syamsu Yusuf, Juntika Nurihsan, *Teori Kepribadian*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012).