

DAFTAR PUSTAKA

- Anisyahrini, R., & Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/10.24198/prh.v3i2.18920>
- Anshory, M. S., & Mochammad Rochim. (2023). Komunikasi Pemasaran Digital pada Brand SCH Melalui Instagram. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(2). <https://doi.org/10.29313/bcsem.v3i2.8156>
- Hadi, W. R., & Putri, B. P. S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Omme Event Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Awareness Masyarakat Di Era Pandemi. *E-Proceeding of Management*, 9(4). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18330>
- Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Shabrina, R. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Komunikata*57, 1(1), 50-59. <https://doi.org/10.55122/kom57.v1i1.119>
- Kharisma, N. A., & Mayangsari, I. D. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Lensolar Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Instagram. *EProceedings* ..., 8(6). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17252>
- Kusuma, D. F. & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital yang Dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. 3(1), 18-33. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. (Jilid 1) Edisi 13, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Indeks.

- Lindaningsih, A. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Lokal pada Social Media dalam Membentuk Co-Creation (Analisis Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Makanan Maicih melalui Twitter)* (Doctoral dissertation, UAJY). <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/1060>
- M., Lustina R., F. Annisah N., Wijaya, P., Astungkarya, A., Dewi, R. (2021). Pengembangan UMKM Sari Karak Melalui Digitalisasi Teknologi dan Manajemen Usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*. 2(1), 55-60. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id./index.php/manage/article/view/5009>
- Maulida, A. N. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Falabelle Dalam Branding Di Instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta). <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/15896>
- Mutia, R. D., & Sari, D. U. (2024). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Parfum Bermerek Lokal HMNS Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1). <https://doi.org/10.54082/jupin.255>
- Nabila, N. F. & Winarti, O. (2023). Penerapan Digital Marketing dan Peran Content Creator pada Media Sosial Guna Meningkatkan Brand Awareness PT. Otak Kanan Surabaya. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 136-146. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.322>
- Patria, G., & Meldisia, F. (2022). Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Pada Pawonputri_tgr). *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 2(1), 642. <https://ojs.ldb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/1443>
- Ramadhaniyah, U., Pradana, B. C. A. S., & Ekoputro, W. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness Things About Them. *SEMAKOM: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi* 2(1), 167-175. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/view/4385>
- Rizki, F. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Tiket.com dalam Rangka Meningkatkan Brand Awareness* (Doctoral dissertation, Universitas

Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
<http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/16959>

Sahin, S. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Akun Instagram @beautymaskeroofficial* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
<http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/9926>

Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Susanto, G. M. (2017). *The Power of Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Setyarini, D. R. P. (2023). Strategi L'oreal Indonesia dalam Mempertahankan Kualitas dan Keaslian Produk untuk Sertifikasi Halal. *Siyar Jurnal*. 3(1), 63-73. <https://doi.org/10.15642/siyar.2023.3.1.63-73>

Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Watulangkow, Q., Pasoreh, Y., & Waleleng, G. J. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Tomohon. *Acta Diurna Komunikasi*. 7(4), 1-14. Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/20975>

Widiyati, E. N., & Prihantoro, E. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Teratai Putih Global 3 Bekasi Melalui Media Sosial Instagram Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(01). <https://doi.org/10.47007/jkomu.v20i01.530>

Wijaya, H. & Helaludin. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Yuwarti, H., Samsoro, G. P. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Kalakkara dalam Meningkatkan Brand Awareness dengan Obyek Desain Kemasan.

Jurnal Pustaka Komunikasi. 2(1), 70-79.
<https://doi.org/10.32509/pustakom.v2i1.873>