

## DAFTAR PUSTAKA

- Agit, A., Aini, L. N., Ananda, F., Ilyas, M., Hasanah, T., Bagenda, C., Sriyanah, N., Situmorang, B., Amane, A. P. O., Erick, Y. P., Wardhana, A., Ahmadin, & Rokhmah, S. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif (S. Bahri, Ed.; 1st ed.). <https://www.researchgate.net/publication/377777722>
- Alberta, H., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. 2(1). <http://www.infopeluangusaha.org>
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. 5(2). <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.3432>
- Alfiana, V., & Anshori, M. (2023). Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Butik Yumna Di Kab. Sumbawa. 1(5).
- Amalia, A., Citra, K., & Dewi, S. E. (2019). Pengaruh Publisitas Negatif Terhadap Minat Beli Produk H&M Di Indonesia. 6.
- Belch, G., & Belch, M. (2003). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective (Sixth Edition)*.
- Budi Utomo, S., Nugraha, J. P., Sri wahyuningsih, E., Indrapraja, R., & Binsar Kristian Panjaitan, F. A. (2023). *Analysis of The Effectiveness of Integrated Digital Marketing Communication Strategies in Building MSMEs Brand Awareness Through Social Media*. Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi, 8–13. <https://doi.org/10.60083/jsisfotek.v5i4.311>
- Dirmagina, D. P., & Arviani, H. (2023). *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* Strategi Komunikasi Royale Durian Dalam Menghadapi Krisis Pembuangan Limbah Kulit Durian Melalui Media Sosial Instagram. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i3.2606>
- Firmansyah, A. M. (2020). Komunikasi Pemasaran (Tim Qiara Media, Ed.; 1st ed.). Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen. (Sikap dan Pemasaran). Deepublish. <https://www.researchgate.net/publication/329587407>
- Hamzah, R. E., & Azhari, R. R. (n.d.). *Konsep Integrated Marketing Communication* Dalam Meningkatkan Brand Image Hotel Grand Sahid Jaya Jakarta.

- Hapsari, G., Pramudya, D., Saputra, S., & Mikkael, R. (2023). *Marketing Communication Strategy of Promise Soul Coffee Through Social Media Post Pandemi Covid-19*. 12(03), 2023.  
<http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi (F. A. Darma & D. M. Utomo, Eds.; 1st ed.). UMSIDA Press.
- Hereyah, Y., & Wahjuwibowo, I. (2020). Media, Komunikasi dan Informasi di Masa Pandemi Covid-19 (Nurudin, D. Santoso, & F. Junaedi, Eds.). APPTI.
- Husda, N. E., Suhari, Sukati, I., Oktavisa, Y., Maslan, A., Sugianto, W., Ambalegin, Tukino, & Salsabila, L. (2023). Metodologi Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif dan Research and Development (R&D) (Y. Oktavia, Ed.; 1st ed.). UPB Press.
- Johara, S., Erawati, D., Setiawan, H., Ushuluddin, F., & dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, A. (2023). *Communicative*: (106-117) Strategi Komunikasi Dalam Menanggulangi Penyebaran Berita Hoaks Di Media Sosial (Studi Kasus Diskominfoantik Kalimantan Tengah).  
<https://doi.org/10.47453/Siti>
- Junaid, I. (2016). Analisis Data Kualitatif Dalam Penelitian Pariwisata. 10.
- Khoiriya, U., Kusumadinata, A., Hasbiyah, D., & Kusumadinata, A. A. (2023). *Marketing Communication of Indigenous People's Products Through Instagram Social Media @Gerainusantara\_Aman*. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences (ESA)*, 2(5), 507.  
<https://doi.org/10.55927/esa.v2i5.6008>
- Marta, S., & Ronaning Roem, E. (2023). SJIAS Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Mengatasi Isu Negatif Pada Penerimaan KIP-K. In *Societas: Jurnal Ilmu Administrasi dan Sosial* (Vol. 12, Issue 2).  
<http://ejournal.unmus.ac.id/index.php/societas>
- Meisyarly, C., Harnawansyah, & Ayub. (2023). Strategi Komunikasi Polres Kota Lubuklinggau Menangani Berita Bohong (*Hoax*) Di Media Sosial. 3(1), 2775–8389.
- Nabila, V., & Wibowo, S. A. (2022). *Proposed Integrated Marketing Communication Strategy to Raise Brand Awareness For Pavettia Skincare*. 6(2), 2022.
- Oddie, R., Herlikano, S., & Lestari, M. T. (2020). Strategi Komunikasi Krisis Hubungan Masyarakat Pt Angkasa Pura I (Persero) Yogyakarta Dalam Mengatasi Krisis Pemberitaan Pada Media Selama Proses Pembangunan Bandara Internasional Di Kulon Progo. 7.

- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran* (1st ed.). Prenadamedia Group. [www.prenadamedia.com](http://www.prenadamedia.com)
- Permana, E., Wijaya, D. N., Khoirunisa, L., & Samsyurizal. (2024). Strategi Pemasaran Perusahaan Starbucks Terhadap Penurunan Saham Akibat Boikot Produk. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, *1*(2), 208–223. <https://doi.org/10.61132/jeap.v1i2.309>
- Prihandani, S., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo Di Semarang). *9*.
- Ramzy, M., & Irwansyah, I. (2020). Strategi Image Repair PT HM SAMPOERNA TBK Pada Peristiwa ‘Karyawan Pabrik Surabaya positif Covid-19.’ *Jurnal Komunikasi*, *15*(1), 1–18. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol15.iss1.art1>
- Rijal, M. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *21*(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Rini, E., & Ismail, A. (2018). Penguatan Branding Desa Kepuh Sari Manyaran Wonogiri Sebagai Destinasi Wisata Kampung Wayang Tatah Sungging. In *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/kewirausahaan/issue/view/9>
- Sabillah, M., Syamsudin, I., Sulthan, R., & Setiabudi, D. (2023). Analisis Efektivitas Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Pada Mahasiswa. *2*. <http://jurnal.anfa.co.id>
- Sazali, H., Matondang, A., Amal, B., & Muhammadi, Q. (2024). *Navigation Of Image In The Midst Of Boycott: Marketing Communication Strategies Of Companies In Responding To Israeli Product Issues*. *10*(2), 175–195. <https://doi.org/10.22373/al-ijtimaiyyah.v10i2>
- Siska, A. M., & Teja, G. (2023). Peranan Social Media Marketing Studi Kasus Pada Instagram Starbucks Indonesia. *23*. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v23i1>
- Tape, R & Novita, K (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Valbury Asia Futures Semarang Dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, *1*(2), 211–225. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v1i2.495>
- Toha, M., Anoh, E., & Iswadi. (2023). Strategi *Public Relations* Dalam Menangani Pemberitaan Negatif Di Media Massa Atas Pengoperasian

Teknologi Pionir Indonesia. *Technomedia Journal*, 8(2), 235–247.  
<https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2088>

Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jom Fisip*, 4(2).  
[www.beritateratas.com](http://www.beritateratas.com),

Vebriyanto, W., & Puspitawhardani, S. (2023). Strategi Komunikasi Krisis Batik Air Dalam Menghadapi Serangan Media Sosial (Studi Kasus: Pesawat Batik Air Dalam Penerbangan Kuala Lumpur-Jakarta Mengalami AC Mati). 5.  
<http://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA>

Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap *Brand Awareness* Pada *E-Commerce*. 12(2).  
<http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>

Yusuf, R., & Hendrayati, H. (2024). *Brand Trust* Dalam Perspektif Konsumen: Sebuah *Systematic Literature Review* Terhadap Faktor dan Implikasinya. *Jurnal Eko-Bisma*, 3(2), 328–339.