

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin., Francis Tantri, 2019. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Abdillah LA., 2022, *Peranan Media Sosial Modern*, Palembang: Bening media Publishing.
- Anang F., 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara. Media
- Arikunto S., 2018, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Azizah Nur, Putri Shafira Carolina, Mochamad Rifqi Alfaizi, 2020, *Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal*, *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, Vol.8,No.2, hal. 87-98.
- Bambang Prasetyo, Nufian Febriani dkk, 2018, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Malang: UB Press,
- Cangara, H. H., 2020, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali. Pers.
- Cindy., Lusia Savitri Setyo Utami, 2022, *Aktivitas Komunikasi Pemasaran @Sallang.Sallang dalam Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan*, *Prologia*, Vol. 6, No. 2, Hal 229-233.
- D.Ruben, Brent And Lea P Steward. *Communication And Human Behavior*. 1998. Usa:Allyn And Bacon
- Effendy, Onong Uchjana, 2018, *Ilmu, Teori Dan Filsafat. Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Fathoni A., 2006, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Feroza, Cindie Sya'bania., Desy Misnawati. (2020). *Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun @Yhoophii_official sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan*. *Jurnal Inovasi*. 14(1), 35.
- Firmansyah A., 2020, *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.

- Herdiansyah H., 2013, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Press, 132.
- Hermawan A., 2012, *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, Y. W., Abdillah, L. A., Prayuda, I., Kusumo, A. J., Pranata, D. U., & Syarriansyah, M. (2020). *Designing Palembang's Typical Culinary Information Systems Based on Website and Social Media*. *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*, 9(2), 343.
- Ikhsana, P. D., Prisanto, G. F., & Anggraini, R. (2019). *Penerapan Strategi E-Marketing Communication Dan Ekuitas Merek Siaranku.Com Terhadap Loyalitas Viewers*. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 4(1), 58
- Irene Silviani dan Prabudi Darus, (2021), *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Isnawijayani, I., Zinaida, R. S., & Misnawati, D. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital*. Palembang: CV Amanah.
- Jain, R., Jain, S., & Jain, S. (2022). *Analyzing and exploring the effectiveness of each element of 7Ps of marketing mix*. *International Journal of All Research Education and Scientific Methods (IJARESM)*, 10(1), 2455-6211
- Kartini1, Juwita Syahrina, Nisya Siregar, Nurhasanah Harahap, 2022, Penelitian Tentang Instagram, *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, Vol 1, No 3, Hal 20.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- _____, 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong LJ., 2001, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 86
- Morissan. 2019. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Panuju R., (2019), *Komunikasi Pemasaran : Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*, Jakarta: Kencana.

- Permana Reynaldi, Roswita Oktavianti, 2019, *Strategi Komunikasi Pemasaran Pengusaha Brand Lokal (Studi Kasus Pada Fine Finest Hour Dan Your Apparel)*, Prologia, Vol. 3, No. 1, Hal 217-223.
- Priansa, D. J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung : Pustaka Setia.
- Rakhmat J., 2004, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ramadhani, M. G., & Febriana, P. (2024). *Strategi pemasaran 109 Pillow melalui Tik Tok Live (Studi pada PT Semoga Berkah Sukses Group)*. *Jurnal Ilmu Pemasaran dan Teknologi*, 1(1),69-83.
- Sari, Genny Gustina., Ismandianto., Rasyida Darman. (2021). *Peran Komunitas Ketimbang Ngemis Pekanbaru dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial Masyarakat melalui Media Instagram*. *Jurnal Lontar*, 9(1), 21.
- Septiani Dea Nita, Mukarto Siswoyo, Welly Wihayati, 2022, *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Lokal I-Led Melalui Sosial Media Facebook Di Desa Klayan Kecamatan Gunung Jati Cirebon*, *Jurnal Signal*, Volume 10, No. 2, Hal 177-361.
- Sharp, H., Rogers, Y., & Preece, J. 2019. *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction (5th ed.)*. Indianapolis, Indiana, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Sherly, 2022, *Manajemen Merek*, Bandung: Media Sains Indonesia.
- Shimp, T. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sihombing NS., 2022, *Pemasaran Digital*, Banyumas: Pena Persada.
- Singaribuan M., Sofyan E., 2008, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3IES.
- Statista, 2021, Benefits of social media marketing worldwide 2021. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/188447/influence-of-global-social-media-marketing-usage-on-businesses/>.
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Putaka Baru Press.

- Sukotjo , H., & Sumanto , R. (2010). *Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price,Promotion, Place,Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*. Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen
- Suryadi E. (2018), *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Susanti Santi, Dwi Purnomo, Wahyu Gunawan, Diana Sari, 2018, *Komunikasi Pemasaran Produk Komoditas Lokal Berbasis Komunitas Melalui Penggunaan Media (Studi Kasus FruitsUp, UMKM di Jatinangor)*, *Sosiohumaniora*, Vol. 20, No. 3, Hal. 277 – 281.
- Syukri, Adya Utami., Andi Nonong Sunrawali. (2022). *Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 19(1), 172.
- United Nations. (2019). Digital Economy Report 2019. Retrieved from United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) website: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019 over view en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_en.pdf)
- Zulfikrie AMA., Ike Junita Triwardhani, 2023, *Peran Instagram dalam Membangun Brand Awareness Produk Minuman Lokal*, *Jurnal Komunikasi Manajemen*, Vol. 3, No.1.