

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuhri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Abubakar. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA Press UIN Sunan Kalijaga.
- Abzari, Mehdi, dan Reza A. Ghassemi. 2018. *Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case OfIran Khodro Company*. Journal of Social and Behavioral Sciences. Vol.143, No. 3.
- Agung, Anak Agung Putu. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Ahmad. 2023. *Pengertian WhatsApp-Sejarah, Fitur, Kelebihan Dan Kekurangan*. Kompak, 2023. <https://kompak.or.id/pengertian-whatsapp/>.
- Anggito, Albi, dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak Publisher.
- Anggraini, Fia Tri, dan Muhammad Alhada Fuadilah Habib. 2024. *Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Awareness: Studi Kasus Pada UKM Vebcake Tulungagung*. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam. Vol. 5, No. 3.
- Apriliya, Trias. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda*. EJournal Ilmu Komunikasi. Vol. 5, No. 1.
- Arianto, Arianto. 2021. *Komunikasi Pemasaran : Konsep Dan Aplikasi Di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ariyanti, and Kurnia. 2019. *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Kosmetik Organik*. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM). Vol.2, No. 4 .
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Accessed January 1, 2024. *Survei*

APJII Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. Website Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). <https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.

Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

Aulya, Dinda, dan Rahma Santhi Zinaida. 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Z Coffee Shop Palembang Dalam Upaya Menciptakan Brand Awareness*. Jurnal Pendidikan Dan Konseling. Vol. 4, No. 4 .

Chandra, Fabian. 2021. *Social Media Marketing, Strategi Memaksimalkan Media Sosial*. Yogyakarta: Diva Press.

Delima, Isninyunisyafna Diah, Luna Safitri Salsabil, dan Delima Widyatari. 2022. *Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Pelaku Usaha Mikro Makanan Ringan Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Gipang Lestari Di Kecamatan Citangkil Kota Cilegon)*. JEB: Jurnal Ekonomi Bisnis. Vol.28, No. 1.

Dewi, Sintia Tiara, Oky Oxygentri, dan Weni Arindawati. 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Bittersweet By Najla Dalam Menarik Minat Konsumen*. JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora. Vol. 6, No. 2.

Erdkhadifa, Rendra, dan Bella Nureza Novariana. 2021. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Dengan Pendekatan Regresi Logistik Biner*. Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business. Vol. 1, No. 2.

Febriani, Nurfian, dan Wayan Weda Dewi. 2018. *Teori Dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Firmansyah, Anang. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Fitriah, Maria. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Sleman: Deepublish.

Gelder, Sicco van. 2004. *Global Brand Strategy*. *Journal of Brand Management*. Vol. 12. London: Konan Page, <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540200>.

- Hamid, Rahmad Solling, et.al. 2023. *Manajemen Strategis: Konsep Dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Handayani, Sri. 2018. *Hubungan Lokasi Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Pada PT. Graha Estetika Property Bengkulu*. Management Insight : Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol. 13, No. 02.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Herwati, Wahyu Abdillah Andry. 2018. *Effect of Marketing Mix (7p) on Student Decision Making In Choosing an Entrepreneur Based School (Study at Muhammadiyah 9 High School Surabaya)*. Jurnal Ilmiah Administrasi Dan Bisnis. Vol.2, No. 2.
- Heryenzus, Nora Pitri Nainggolan, dan Cosmas Eko Suharyanto. 2023. *Manajemen Strategis*. Magelang: Mafy Media Literasi Indonesia.
- Hidayat, Achmad Ziki Rahmad, Bella Fauzia, dan Liswiyanti Damora. 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Zytadelia Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal AKRAB JUARA. Vol.7, No. 2.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kementrian Agama RI. 2014. *Al-Quran Dan Terjemahan*. Bandung: CV. Mikhraj Khazanah Ilmu.
- Miles, Matthew, Michael Huberman, dan Johnny Saldana. 2018. *Qualitative Data Analysis (Fourth Edition)*. Singapore: SAGE Publication. Ltd.
- Moelong, Lexy J. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rondakarya.
- Morrisan. 2015. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Munandar, Aris, and Rendra Erdkhadifa. 2023. *Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, Store Atmosphere, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warkop Kidol Lepen Tulungagung*. Reinforce:

- Journal of Sharia Management. Vol. 2, No. 1.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Siosoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nirwana, Tri Ruwanti Bela, Hamidah, dan Muslimin. 2024. *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran MS Glow Kepada Konsumen Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness*. Pubmedia Social Sciences and Humanities. Vol. 1, No. 4.
- Nisrina, Mulan. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Noti, Fetnisari Babang, Herru Prasetya Widodo, dan Emei Dwinanarhati Setiamandani. 2021. *Strategi Komunikasi Pemasaran Kae Thai Tea Dalam Meningkatkan Brand Awareness*. Jurnal Komunikasi Nusantara. Vol. 3, No. 1
- Nurmala, et.al. *Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19*. 2022. Jurnal AKM: Aksi Kepada Masyarakat. Vol.3, No. 1.
- Oktarini, Riri. 2022. *Buku Ajar Strategi Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Penitasari, Nur. 2017. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Abon Lele Bang Zay (Studi Pada Konsumen Abon Lele Bang Zay Di Kota Malang)*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Permatasari, Rizka Agustina, dan Rendra Erdkhadifa. 2022. *Pengaruh Citra Merek , Harga , Pelayanan , Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dendy Sky View Tulungagung*. Vol. 2, No. 2.
- Rabbani, Abdurrahman. 2021. *Event Sebagai Komunikasi Pemasaran Untuk Mempromosikan Merek Lokal (Studi Kasus Pada Basha Market)*. Jurnal Commercium. Vol.04, No. 02.
- Rabbani, Didin Burhanuddin, et.al. 2023. *Komunikasi Pemasaran*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.

- Rahma, Vina Nisa. 2023. *Penerapan Integrated Marketing Communication Toko Kopi Padma Dalam Menarik Pelanggan*. The Commercium. Vol.7, No. 1.
- Saputri, Radita, Mohammad Zainul, dan Prihatini Ade Mayvita. 2022. *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada PT. Pulau Indah Jaya Banjarmasin*. Jurnal E-Prints UNISKA. Vol. 4, No. 1.
- Sarah, Shintya. 2023. *WhatsApp Business: Kelebihan, Manfaat Dan Fiturnya*. Barantum Blog. <https://www.barantum.com/blog/kelebihan-whatsapp-business/>.
- Satria, Rofik, dan Hasmawaty. 2021. *Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Penjualan Produk Kartu As Telkomsel Cabang Palembang*. Jurnal Nasional Manajemen Dan SDM. Vol. 2, No. 2.
- Setyawati, Amelia, dan Adelia Rahma. 2022. *Manajemen Pemasaran Di Era Bisnis Yang Serba Cepat*. Malang: Tim MNC Publishing.
- Silviani, Irene, dan Prabudi Darus. 2021. *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Siyoto, Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudarsono, Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sudrajat, Edi. 2023. *Branding Di Era 5.0: Ide-Ide Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Dengan Cara Sederhana, Murah, Dan Tepat Sasaran*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Sugiarto, Darmadi Duriyanto, dan Tony Sijintak. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas & Perilaku Merk*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Tindakan*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Sumarwan, Ujang, dan Fandy Tjiptono. 2018. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Sunarsa, Sasa. 2020. *Penelusuran Kualitas Dan Kuantitas Sanad Qira'at Sab' (Kajian Takhrij Sanad Qira'at Sab)*. Wonosobo: CV. Mangku Bumi Media.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Suyanto, Muhammad. 2015. *Marketing Strategy*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syah, Arman. 2021. *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Penerbit Widina.
- Tasnim, et al. *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Tim Penyusun Humas Kementerian Perdagangan RI .2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Perdagangan RI.
- Undari, Wika, dan Anggia Sari Lubis. 2021. *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora. Vol. 6, No. 1.
- Wijaya, Winie Tania, dan Irra Chrisyanti Dewi. 2023. *Digital Marketing Communication Strategy Dalam Meningkatkan Brand Awareness Kimo Resort Pulau Banyak Aceh Singkil*. JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi). Vol.7, No. 3.
- Yonatan, Agnes Z. Accessed January 1, 2024. *Menilik Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023*. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/agnesfanyayonatan/menilik-jumlah-pengguna-media-sosial-2013-2023-WR7bg>.
- Yuesti, Agung. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Denpasar: AB Publisher.