

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisyahrini, R., & Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. *PROfesi Humas*, 3(2), 237-254.
- Basu, S. D., & Irawan. (1986). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi kedua. Yogyakarta: Liberty.
- Catriana, elsa (tanpa tahun). *Survei: 73 Persen Konsumen RI Menilai Belanja Online Lebih Mudah Dibandingkan Belanja di Toko*.
- Fandy, Tjitono. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta : ANDI. Hlm 219
- Giantika, G. G. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Zoya Melalui Instagram@ zoyalovers (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram@ zoyalovers). *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 37-42.
- Kotler, philip and kevin lane keller. 2012. *Marketing management edisi 14*. New jersey: pretice-hall published
- Kotler, philip and kevin lane keller. 2016. *Marketing management, (16thEdition)*. New jersey: pretice hall published
- Kotler, philip dan keller, kevin L. 2017. *Marketing management edisi 12*. jakarta: indeks.
- Machfoedz, mahmud. (2010). *Komunikasi pemasaran modern*. Yogyakarta : cakra ilmu. Hlm: 16
- Moleong, lexy j. 2007. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT remaja rosdakarya offset.

- Mulyana, D. (2013). Ilmu Komunikasi : Suatu pengantar. Cetakan ke 17. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Poetra, R. R., & Christantyawati, N. 2017. Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(1).
- Praba, H. R., & Purworini, D. (2018). *Integrated Marketing Communication Strategy Of Sfa Steak And Resto In Facing Competition In Solo* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Pratiwi, V., & Wahid, U. (2021). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PT. BUKKU MEDIA INTEGRASI (BUKKU) PADA MASA PANDEMI COVID 19 MELALUI INSTAGRAM@ BUKKUID. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 7(2), 710-724.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Soraya, I. (2017). Personal *Branding* Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@ Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Sugiyono. (2016). Metodologi penelitian Kuantitatif,kualitatif, R&D. Bandung: Afabet.
- Wardani, S., & Widodo, A. S. (2020). Upaya Meningkatkan Publisitas Melalui Model Integrated Marketing Comunication Pada Sebuah Rumah Sakit Swasta di Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 48-53.
- Diperoleh melalui <https://money.kompas.com/read/2021/12/06/180445726/survei-73-persen-konsumen-ri-menilai-belanja-online-lebih-mudah-dibandingkan>.

Diperoleh melalui <https://www.google.com/search?ie=UTF-8&client=ms-android-samsung-rev2&source=android-browser&q=logo+instagram#imgrc=Ze0lt0m41azdTM>

Diperoleh Melalui [https://instagram.com/niion\\_id?igshid=YmMyMTA2M2Y=](https://instagram.com/niion_id?igshid=YmMyMTA2M2Y=)