# DAFTAR PUSTAKA

Aliansyah, M. R., & Ali, D. S. F. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Forever Young Crew). *eProceedings of Management*, *4*(3).

Amir Purba, dkk. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Medan :Pustaka Bangsa

Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, *5*(1)

Christy, N. (2019). *Komunikasi Bisnis.* Radna Andi Wibowo.

Danang Sugiato (2019, Desember, 17) Hasil Riset Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun. Diakses pada tanggal 26 September 2022 dari [https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riset- kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun)

Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran. *Yogyakarta: ZAHIR Publishing*.

Rifda, Arum. (2021, Oktobe, 17) IMC Adalah: Pengertian, Unsur, Proses, dan Implementasinya Pada Perusahaan diakses pada tanggal 2 oktober 2022 dari https://www.gramedia.com/literasi/imc-adalah/

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2.* Jakarta: Erlangga.

Morissan dan Wardhani, C. A, (2009) Teori Komunikasi. Bogor : Ghalia Indonesia

Mulyana, Dedy. (2004). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. (2009). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram@ ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, *4*(1)

Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Yoyakarta : Deepublish.

Pamungkas, F. T. (2018). *PENGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KERETA API (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Kereta Api Pemberangkatan Dari Stasiun Kereta Api Daerah Operasi V Purwokerto)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO), 4 (2).

Patria, Ratna. ( 2021, September, 15) 5 Fitur Instagram Terbaru Untuk Bisnis Online. Diakses pada tanggal 6 September 2022 dari https://www.domainesia.com/tips/5-fitur-instagram-terbaru-untuk-bisnis/

Priantoro, B. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Whatsapp (Studi Kasus Garuda Indonesia Solo). In *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan,* 2 (4).

Seretta, I. (2020, september, 2). Ini Dia yang Dimaksud dengan Agribisnis dan Perkembangannya di Indonesia. Diakses pada tanggal 5 September 2022 dari https://www.cermati.com/artikel/ini-dia-yang-dimaksud-dengan agribisnis-dan-perkembangannya-di-indonesia

Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran teori dan aplikasinya*. Jakarta : Pustaka Abadi.

Tasnim, T., Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., ... & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan : Yayasan Kita Menulis.

Yuda, N. P. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PAKAIAN JADI POLOSBDG (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).