

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU DAN JURNAL

Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta.

Prisgunanto. (2014). *Aplikasi Teori Dalam Sistem Komunikasi Di Indonesia*.  
Jakarta.

Chirmsardani, Y. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*.

Kotler, Philip; Armstrong, Garry;. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (1 ed.).  
Jakarta: Erlangga.

Kennedy, John E; Soemanagara, Dermawan R;. (2006). *Marketing Communication*.  
Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

Hamid, F. (2013). *New Media dan Arus Demokrasi*,. Jakarta.

Kotler; Keller;. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.

Moleong, L. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung:  
PT.Rosdakarya.

Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., . . .  
Dewi. (2021). *Komunikasi Pemasaran* (1 ed.). Medan: Yayasan Kita  
Menulis.

Ramadhan, I. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram.

Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

## **SKRIPSI**

Nurlela. (2017). Strategi Pemasaran "Indahjeje\_" dalam Menarik Minat Pembeli Melalui Instagram di Masa Pandemi Covid-19.

Sahin, S. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Akun Instagram @beautymaskerofficial.

Syahputra, Y. A. (2012). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Pada PT.Rajagrafindo Persada.

Widya, D. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemahaman Protokol Kesehatan Di Masa Pandemi COVID-19 Pada Mahasiswa.

