

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewa C, Safitri L Khasanah (2021) *12(1)* 65-71 Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)
- Asova T, (2023) *1(4)* 10-16 Strategi Komunikasi Pemasaran Asmaranur Modelling School Pekanbaru Melalui Media Sosial Instagram
- Mutia A, (2023) Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Tiktok Dalam Menarik Minat Beli Produk Scarlett Kajian ahasiswa Universitas Medan Area
- Luttrell, R. (2015). *Sosial Media: How to Engage, Share, and Connect*. Dalam R. Luttrell, *Sosial Media: How to Engage, Share, and Connect*. London: The Rowman & Littlefield Publishing Group.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Dalam D. Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suwatno, H. (2017). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Dalam H. Suwatno, *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Reza Riesnanda Poetra, N. C. (2017). Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*.
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*.

- Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Dalam Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Surti Wardani, A. S. (2020). Upaya Meningkatkan Publisitas Melalui Model Integrated Marketing Communication Pada Sebuah Rumah Sakit Swasta di Tangerang Selatan. Jurnal Pemasaran Kompetitif
- Basu, S. I. (1986). Manajemem Pemasaran Modern Edisi 2. Dalam S. I. Basu, Manajemem Pemasaran Modern Edisi 2. Yogyakarta: Liberty.
- Fandy, T. (2008). Strategi Pemasaran. Dalam T. Fandy, Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.
- Giantika, G. G. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Zoya Melalui Instagram @zoyalovers. Jurnal Visi Komunikasi.
- Kotler Philip, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran Edisi 12. Dalam K. L. Kotler Philip, Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, K. L. (2012). Marketing Management Edisi 14. Dalam K. L. Kotler Philip, Marketing Management Edisi 14. Boston: Prentice Hall.
- Kotler Philip, K. L. (2017). Marketing Management Edisi 12. Dalam K. L. Kotler Philip, Marketing Management Edisi 12. Jakarta: Indeks.
- Kotler Philip, K. L. (2022). Marketing Management Edisi 16. Dalam K. L. Kotler Philip, Marketing Management Edisi 16. Harlow: Pearson Education.
- Lestari, P. (2022). Coffee Shop. Diambil kembali dari ArsiTag: <https://www.arsitag.com/media/coffee-shop>
- Luttrell, R. (2015). Sosial Media: How to Engage, Share, and Connect. Dalam R. Luttrell, Sosial Media: How to Engage, Share, and Connect. London: The Rowman & Littlefield Publishing Group.

Machfoedz, M. (2015). Komunikasi Pemasaran Modern. Dalam M. Machfoedz, Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta: Cakar Ilmu.

Moleong, L. J. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif. Dalam L. J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.