

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. (2003). Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.
- Aaker, David A. (2020). Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity. New York: Free Press
- Armstrong, P. K. (2001). Dasar-Dasar Pemasaran. Erlangga: Jakarta
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, Sosial Media & Technology 2018. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-sosial-media-technology-2018/>
- Arifin, Anwar. (1984). Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas. Bandung: ARMICO.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Cangara, Hafied. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J.W. (2014). Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Danang Sunyoto. (2013). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Daryanto. (2011). Manajemen Pemasaran. Cetekan 1. Bandung: Satu Nusa
- Dina. (2021). Inovasi Produk Rangkaian Bunga Pada Diana Florist Berdasarkan Persepsi dan Harapan Konsumen. *Repository Unika*, 1-2.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui

Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

Utama.

Effendy, Onong Uchjana. (2019). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung:PT.

Remaja Rosdakarya.

Gunelius, S. (2011). 30 Minute Sosial Media Marketing. United States: Mc Graw Hill.

Kaplan, A. & Haenlein, M. (2010). *User of the world, unite! the challenge! and opportunities of sosial media*. Prancis: Business Horizons.

Keller, L. K. (2013). Strategic Brand Management (4th ed). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice-Hall.

Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Mahfuzh, N. D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Gajuakopo Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan *Brand awareness*. *Repository FISIP Unpas*, 20-44.

Mangold, W.G., & Faulds, D. J. (2009). Sosial media : The new hybrid element of the promotionmix. *Business Horizons*, 52, 357–359.

Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*. Vol.3,No 01

- Maulin, M., Solihat, M., & Solihin, O. (2015). *Interpersonal Skill: Tips Membangun Komunikasi dan Relasi (Edisi Revisi)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Kencana PRENAMEDIA.
- Matthew B. Miles & A. Michael Huberman. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Neuman, W. L. (2015). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks.
- Pramestie, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Boulder Trampoline Park Melalui Media Sosial Inatagram. *Repository FISIP Unpas*.
- Pucy, S. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Katajie Wedding Organizer Dalam Menarik Minat Konsumen Di Kota Bandung. *Repository FISIP Unpas*, 1-11.
- Purwidianoro, M. H., Kristanto, D. F., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM). *AMIK Cipta Darma Surakarta*, 1(1), 30–39.
<http://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/view/19/11>
- Rismawaty. Desayu Eka Surya, Sangra Juliano P. 2014. *Pengantar ilmu komunikasi (Welcome to the world of communications)*. Bandung : Rekayasa Sains.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media*

Komunikasi.Jakarta :Rajawali Pers

Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency. New York, NY: McGraw-Hill.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : ALFABETA.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung

Tuten, T. L and Solomon, M. R. (2017). Sosial Media Marketing. California: SAGE Publications, Inc.