



DAFTAR PUSTAKA

- Anandra, Qhori 2020, “Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta” *Jurnal Komunika*, vol 9, no 2, diakses 26 November 2021, <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/-article/view/3421>.
- Arikunto, Suharsimi (2007), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, Bambang (2012), *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, Jakarta: Media Kita.
- Azim, Ikhsal Ahmad, et al (2021), Skripsi: *Efektivitas Penerapan Internet Marketing 4.0 terhadap Pemesanan Tiket Travel Pekanbaru Duri Dumai*, Universitas Muhammadiyah Riau.
- Fariska, M. Hanif dan Teguh Widodo (2021), Skripsi: *Pengaruh Marketing 4.0 terhadap Purchase Intention yang dimediasi dengan Customer Satisfaction pada E- Commerce Sayurbox*, Telkom University.
- Firdiansyah, Emral 2021, Diskusi Kebutuhan Vitamin Di kala pandemi Covid-19, diakses 2 Februari 2022, <https://www.beritasatu.com/photo/56087/diskusi-kebutuhan-vitamin-di-kala-pandemi-covid19>.
- FR, Ricky 2019, Memahami Konsep Customer Path (Konsep 5A), diakses 13 Desember 2021, <https://techbiz.id/2019/10/memahami-konsep-costumer-path-konsep-5a/>.
- Herman 2020, APJII: Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta, diakses 12 Januari 2022, <https://www.beritasatu.com/digital/696577/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>.
- Jessica Chrissila 2021, Mengenal Marketing 4.0, Strategi Pemasaran Baru di Era Digital, diakses 30 Desember 2021, <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-marketing-4-0/#.YiEYCC2cZQI>.
- Kaplan, A. M. 2010, “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media” *Jurnal Business Horizons*, Vol 53, No 1, diakses 4 Februari 2022, https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media.
- Komalasari D., Pebrianggara A., & Oetarjo M. (2021), *Buku Ajar Digital Marketing*, Sidoarjo: Umsida Press.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip (2010), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Hermawan K., et al (2017), *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss (2009), *Teori Komunikasi: Theories of Communication*, Edisi 9, Jakarta: Salemba Humanika.

Mardiansyah, Yogi (2016), Skripsi: *Strategi Komunikasi Pemasaran Kafe Han's Kopi dalam Memperkenalkan Brand-nya*, Universitas Semarang.

Morissan (2013), *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana.

Nasrullah, R. (2015), *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

_____. (2016), *Media Sosial*, Bandung: Simbiosis.

Nugrahani, Farida (2014), *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, Solo: Cakra Books.

Nurdin, Ali (2020), *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis edisi Pertama*, Jakarta: Kencana.

Praxis 2021, Elaboration Likelihood Model: Sebuah Metode Komunikasi Persuasif, diakses 20 Desember 2021, <https://praxis.co.id/stories/read/297/Elaboration-Likelihood-Model-Sebuah-Metode-Komunikasi-Persuasif>.

PT Indocare Citrapacific, diakses 15 Februari 2022, <https://www.indocare.com/#>.

Rose, Brigitta (2020), Skripsi: *Pengaruh Authenticity, Brand Fit, Community, Dan Content Dalam Mukbang Influencer Diyoutube Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Magal Pada Subscriber Tanboykun)*, Universitas Pertamina.

Sahara (2021), Skripsi: *Pemanfaatan Smartphone dalam Menerapkan Marketing 4.0 berdasarkan Teori Difusi Inovasi*, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer GICI.

Salah M. Y. dan Miah Said (2019), *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV Sah Media.

Saputra, D. H., Dian Utami Sutiksno, et al. (2020), *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*, Medan: Yayasan Kita Menulis.

Setyaningrum, N. I. (2013), Skripsi: *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Twitter, Facebook, dan Blog sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Akademi Berbagai Surakarta)*, Universitas Sebelas Maret.

Sholihin, R. (2019), *Digital Marketing di Era 4.0: Strategi Dan Implementasi Sederhana Kegiatan Marketing Untuk Bisnis Dan Usaha*, Yogyakarta: Quadrant.

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

Tresyanto, Citra A. (2020), Skripsi: *Penerapan Strategi Marketing 4.0 pada Wisata Museum Sepuluh November (Tugu Pahlawan) Surabaya*, Universitas Katolik Darma Cendika.

Hak Cipta Ditanggungjawabkan oleh Kwik Kian Gie School of Business. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.