



DAFTAR PUSTAKA

- Belch, G. & Belch, M. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw Hill.
- Dewi, R. C. P. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pemasaran Produk Pada Akun Instagram @Homedia.id)*. Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Effendy, U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, V. D. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Onlineshop @Nellcodoxshop di Instagram*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Firmansyah, M, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing Seventeenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Keller, K, L. (2017). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kurnia, I. D. & Wiwitan, T. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Bahagia Kopi melalui Media Sosial Instagram*. Bandung Conference Series: Public Relations, p. 263-269.
- Krismanto, R. E. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Pekanbaru dalam Menarik Minat Pelanggan*, p. 69-73.



Kusumadinata, A. A., Ramadhan, A., Maulana, D., et al. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Hegar Coffee & Liwet Melalui Akun Instagram*. Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora, 9(3), p. 316-324.

Kuswandy, J. & Aulia, S. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Online Shop (Studi Kasus Online Shop Mishalot Florist)*. Kiwari, 1(3), p. 415-423.

Lubis, S. & Aulia, A, G, S, E. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan*. Jurnal Network Media, 2(2), p. 1-27.

Moleong, L, J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mubarakah, A., Wahyuni, S. & Zulianto, M. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @osingdeles)*. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial, 16(1), p. 98-104.

Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Pertiwi, C. P. & Santoso, B. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran @sinarkosmetik_id Melalui Instagram*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Ramadhan, B. R. & Gartanti, W. T. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui Instagram*. Jurnal Riset Public Relations, 2(1), p. 47-52.

Sandy, M. D. A. N. & Prasetyo, D. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Brain Coffee Melalui Media Sosial Instagram*. DIGICOM: Jurnal Komunikasi dan Media, 2(1), p. 1-7.



Sugiharto, M. & Amalia, D. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Produk Taste-Me Melalui Instagram*. NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 9(9), p. 3193-3200.

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

Susilo, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran Digital: Brand dan Isu Keberlanjutan dalam Pemasaran*. Malang: Literasi Nusantara.

Triyono, A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.

Hak Cipta Didukung Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. 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.