



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Taufik. 2024. "Konsep Dasar Personal Selling." (November 2023).
- Akhdiyatu Salam, Fiqih, Prehapsari Julia Majid, dan Weni Novita. 2024. "Marketing Communication Strategis Through Social Media Instagram (Case Study @ntvnews.id)." 02(01): 31–37. <https://jurnal.itcc.web.id/index.php/jiksp/index>.
- Alfairoza, Muhamad Idham. 2022. "Pengaruh Brand Image , Brand Awareness , dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Parfum HMNS." *Ssrn*: 1–6.
- Amelia Tri Andini, dan Yahfizham. 2023. "Analisis Algoritma Pemrograman Dalam Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Konten." *Jurnal Arjuna* 2(1): 286–96. doi:10.61132/arjuna.v2i1.526.
- Ayesha, Ivonne, I Wayan Adi Pratama, Syahril Hasan, Amaliyah, Nur Ika Effendi, Tri Yunsanto, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, et al. 2022. Pt. Global Eksekutif Teknologi *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. 1 ed. ed. Riyanto Wujarsono. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi. [http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL MARKETING.pdf](http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL%20MARKETING.pdf).
- Bertha K. Sinambela, dan Panji. 2022. "Marketing Communication SehatQ Dalam Membangun Brand Awarness Di Media Instagram." *Jurnal Netnografi Komunikasi* 1(1): 20–30. doi:10.59408/netnografi.v1i1.4.
- Bimantara, Pandu. 2017. "Proses Komunikasi Pemasaran Personal Selling." *Jike* 1(1): 16–27.
- Birgita Aiwan, Natasia, Elisabeth Jessica P.S.G, dan Regina Jakom. 2017. "Analisa Efektivitas Komunikasi Pemasaran Interaktif Melalui Instagram Menggunakan Customer Index (Studi Pada Kafe De Mandailing Di Surabaya)." *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 5(2).
- Deriani, Ni Wayan. 2017. "Evaluasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Rumah Makan/Coffee di Denpasar." *Konferensi Nasional Sistem & Informatika*: 334–39.
- Djawa, Sutrisno K., dan Wahyudin Rahman. 2023. "Strategi Tiktok Marketing untuk Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan." *Lentera: Multidisciplinary Studies* 1(3): 184–90. doi:10.57096/lentera.v1i3.31.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. 22 ed. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Elang Ageng, Jalu, dan Hadita. 2024. "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awarness Produk Scarlett." 1(12): 877–80.
- Erwin, Erwin dkk. 2023. PT Sonpedia Publishing Indonesia *Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0 - Google Books*.
- Firmansyah, M. Anang. 2020. 11 M. Anang Firmansyah 2020 *Komunikasi*



- Pemasaran*. pertama. ed. Tim Qiara Media. pasuruan: Qiara Media. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Halim, Halima Halima, Muhammad Hifdil Islam, dan Maula Nasrifah. 2024. “Penerapan Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Dalam Meningkatkan Nilai Kualitas Produk Tabungan Prima iB Bank Tabungan Negara Syariah Kcps Probolinggo.” *Jurnal Ilmiah Ecobuss* 12(1): 30–43. doi:10.51747/ecobuss.v12i1.1865.
- Handayani, Ni Putu Lely., Adinegara, Joko. 2022. “Peran Sosial Media Dalam Meningkatkan Digital Branding Perusahaan Jasa.” *Sintesa* 5: 409–12.
- Haque-fawzi, Marissa Grace, ahmad syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, Denok Sumarsi, dan I. 2022. Pascal Books *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. ed. Della Anastiya Putri. tangerang: Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>.
- Harahap, Sri Wahyuni, Ruri Regita Br. Ginting, Muhammad Rasyidin, dan Dedi Sahputra. 2021. “Komunikator dan Komunikan dalam Pengembangan Organisasi.” *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi* 3(1): 106–14. doi:10.31289/tabularasa.v3i1.629.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Evi Fatma Utami, Dhika Juliana Sukmana, dan Ria Rahmatul Istiqomah. 2020. 5 Pustaka Ilmu, 2020 *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. 1 ed. ed. Husnu Abadi. yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Haribowo, Rio, Hendy Tannady, Muhammad Yusuf, dan Galih Wisnu Wardhana. 2022. “Awareness On Buying Decisions For Restaurant Customers In West Java Analisis Peran Social Media Marketing , Kualitas Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rumah Makan Di Jawa Barat.” 3(6): 4024–32.
- Hariyanto, Didik. 2023. *Komunikasi Pemasaran*. 1 ed. ed. Ferry Adi Darma dan Tanzil Multazam Muhammad. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Hermanto, Agus, Istisari Bulan Lageni, dan Oktaviana Purnamasari. 2024. “Nadjani ’ s Brand Positioning in Utilizing Social Media During the Covid-19 Pandemic Brand Positioning Nadjani dalam Memanfaatkan Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19.” 13(1). doi:10.21070/kanal.v13i1.1785.Nadjani.
- Ihtifahudin, Ahmad Nurkholik. 2022. “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Social Media Marketing Pada Sanggar Seni Pelangi Entertainment.” *IKONIK : Jurnal Seni dan Desain* 4(1): 1. doi:10.51804/ijsd.v4i1.1597.
- Irawan, Didik, Antonius Bimo Wicaksono, Hilmy Adya Laksana, Ignatius Okta, dan Wustari L Mangundjaya. 2024. “Umpan Balik : Kunci Perubahan Perilaku



Dalam Proses Coaching.” 2(3): 137–42.

- Lestari, Ericha Puspha Ayu, Sri Aliami, dan Poniran Yudho Leksono. 2022. “Performa Segmenting Targeting Dan Positioning Untuk Mempertahankan Mind Share Pada Produk Bolu Kering Mak Plengeh UD Wahyu Jaya Kota Kediri.” *Efektor* 9(2): 248–54. doi:10.29407/e.v9i2.16756.
- Mardiyanto, Doni, dan Giarti Slamet. 2019. “Analisi Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise Di Kedai Digital 8 Solo (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran).” *Surakarta Management Journal* 1(1): 43. doi:10.52429/smj.v1i1.329.
- Mulyono. 2022. “Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran di Era Pandemi Covid-19.” *Jurnal Web Informatika Teknologi (J-WIT)* 7(2): 1–10. <https://dataindonesia.id>.
- Nangoy, Elina Sarah Conny, Johny R. E. Tampi, dan Tinneke M Tumbel. 2024. “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Digital Marketing Promotion pada Curabeauty Manado.” *Productivity* 5(2): 859–63. doi:10.35797/ejp.v5i1.54704.
- Noor, Zulki Zulkifli. 2021. Deepublish *Strategi Pemasaran 5.0*. 1 ed. ed. Titis Yulianti. sleman: Deepublish.
- Novita, Ulfiah, dan Sonia Sischa Eka Putri. 2025. “Analisis Pengaruh Promosi dan Diskon dalam Peningkatan Penjualan E- Commerce Era Digital.” 9: 11402–8.
- Nurohman, Yulfan A., dan Rina Sari Qurniawati. 2017. “Pengaruh Komunikasi Sosial Media Terhadap Persepsi Konsumen Pada Produk Kosmetik Halal (Yulfan A. Nurohman, Rina Sari Qurniawati) 19.” *Among Makarti* 10(19): 19–34.
- Prastari, Aprilina. 2024. “Membangun Brand Positioning Melalui Komunitas Daring.” *Jurnal Public Relations (J-PR)* 5(1): 19–24. doi:10.31294/jpr.v5i1.3350.
- Putra, I Putu Yogi Pramana, A.A. Ngurah Gede Sadiarta, dan Ida Ayu Sasmita Dewi. 2022. “Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 13(2): 249–58. doi:10.32670/coopetition.v13i2.1057.
- Ramadian, Kelvin Janson, Dendy Putra Madya, dan Erika Dwi Agusta. 2023. “The Effectiveness of Marketing Strategies Through Social Media (Study on Ayam Koplo by Hangry Indonesia).” *Greenomika* 5(2): 177–90. doi:10.55732/unu.gnk.2023.05.2.7.
- Rani, Dinda Satya, Sri Tjondro Winarno, dan Eko Priyanto. 2021. “Efektivitas Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial untuk Menumbuhkan Kesadaran Merek Ladang Lima.” *JURNAL AGRI-TEK : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Eksakta* 22(2): 61–65. doi:10.33319/agtek.v22i2.83.



- Rimadias, Santi, Yunita Werdiningsih, dan Ahmad Farhan Baqi. 2022. "Social Media Marketing on Instagram: Peran Beauty Influencer Dalam Pemasaran Scarlett Whitening Di Media Sosial Instagram." *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)* 7(1): 88–100. doi:10.33005/mebis.v7i1.337.
- Saparso. 2021. Universitas Kristen Krida Wacana 2021 *The Marketing Process, Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*. ed. Wurdianto. Jakarta: Ukrida Press. doi:10.4324/9780203729885-9.
- Sari, Maria Agustina Judith Laksmitha, dan Rana Akbari Fitriawan Fitriawan. 2019. "Efektivitas media cetak internal tabloid." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 7(2): 5–24. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13755/13497>.
- Sobry Sutikno, Muhammad, dan Prosmala Hadisaputra. 2020. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya *Penelitian kualitatif Penelitian kualitatif*. ed. SE. Nurlaeli. Lombok: Holistica. http://www.academia.edu/download/54257684/Tabrani._ZA_2014-Dasar-dasar_Metodologi_Penelitian_Kualitatif.pdf.
- Sri Aderafika Sani, dan Nuri Aslami. 2022. "Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar." *Jurnal Manajemen* 1(1): 18–26. doi:10.55123/mamen.v1i1.5.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 1 ed. Bandung: CV. Alfabeta.
- Wibowo, Hartati, Adietya Arie Hetamie², Kadek Dristiana, dan Dwivayani³ Abstrak. 2022. "Efektivitas Komunikasi Pemasaran Kedai Kuponang Kopi Dalam Mempromosikan Produk." 10(2): 2502–97.
- Widyastuti, Dominica A, dan Muhammad Rizky Nugroho. 2018. "Efektivitas Tagline #DijaminOri Terhadap Brand Awareness E-Commerce JD.ID." *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)* 1(04): 4.
- Witoko, Vrendi. 2021. "Aktivitas Marketing Public Relations." 1(01): 14259.
- Yanthi, Putu Eka Rama Deva, Ni Kadek Darmara Padma Nirmala, dan Ni Putu Sintia Dewi. 2023. "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Digital Marketing Pada Crème Pastry di Denpasar Barat Tahun 2022." *Jurnal Arthaniti Studies* 4(1): 16–24. doi:10.5281/zenodo.7776553.