

DAFTAR PUSTAKA

- Arianthi, D. E., & Sampurna, D. S. (2020). Analisis Pengaruh Merek Gambar, Kualitas Layanan, Dan Elektronik Worth Of Mouth Tentang Keputusan Pembelian. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1(1), 1–22.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk Umkm. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 8(2), 14– 26.
- Febriani, N. (2021). Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Celebrity Endorsement Di Instagram Terhadap Generasi Z. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 238–258.
- Hamzah, R. E., & Azhari, R. R. (2019). Konsep Integrated Marketing Communication Dalam Meningkatkan Brand Image Hotel Grand Sahid Jaya Jakarta. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(2), 181–193.
- Hendratmoko& Mutiawati, E. V. (2022). The Effect of Marketing Communication on Customer Loyalty (Case Study in Dojo 37). *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*. 180-191.
- Imarketology. (2020). *Durasi Dan Tipe Video Pemasaran Yang Efektif Di Media Sosial*. Marketingcraft. <https://Marketingcraft.Getcraft.Com/Id-Articles/Durasi-Dan-Tipe-Video-Pemasaran-Yang-Efektif-Di-Media-Sosial>
- Kominfo. (2014). *Riset Kominfo Dan Unicef Mengenai Perilaku Anak Dan Remaja Dalam Menggunakan Internet*. Kominfo. [Http://Kominfo.Go.Id/Index.Php/Content/Detail/3834/Siaran+Pers+No.+17%0a-Pih-Kominfo-2-2014+Tentang+Riset+Kominfo+Dan+Unicef+Mengenai+Perilaku+Ana%0ak+Dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/Siaran_Pers%0d](http://Kominfo.Go.Id/Index.Php/Content/Detail/3834/Siaran+Pers+No.+17%0a-Pih-Kominfo-2-2014+Tentang+Riset+Kominfo+Dan+Unicef+Mengenai+Perilaku+Ana%0ak+Dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/Siaran_Pers%0d)
- Kuswandy, J., & Aulia, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Online Shop (Studi Kasus Online Shop Mishalot Florist). *Kiwari*, 1(3), 415–423.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. 15th edn. *New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kurniawan, Firsto Rozi. (2017). Strategi integrated marketing communication (imc) usaha kedai susu mom milk untuk menarik konsumen. *SEPA* : Vol.13:167-.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Bandung. <https://Opac.Perpusnas.Go.Id/Detailopac.aspx?Id=1133305>
- Prabantoro, G., & Hariyanto, J. (2018). Social Media Preference As A Media Of Businessmarketing Communication Of Smes In Rawamanguneast Jakarta. *Advances In Economics, Business And Management Research*, 74(2), 165–170.
- Rachmansyah, M., & Supratman, L. P. (2020). Peran Media Instagram Dalam Memasarkan Produk Fashion Dollies. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 4(1), 1–9.
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe

- Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177–190.
- Ruth, S. N., Syamsuransyah, & Chairunnisah, R. (2021). *Kinerja Karyawan, (Edisi 1, Cetakan Pertama)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Theodora (2021). Relationship Between Intergrated Marketing Communication and Brand Equity. *International Journal of Social and Business*, 278-283
- Salsabila, A., & Sampurna, D. S. (2020). Analisis Pengaruh Social Media, Word Of Mouth, Dan Influencer Terhadap Abstrak - Penelitian Ini Bertujuan Untuk Mengetahui Pengaruh Keputusan Pembelian (Studi Kasus Lovesick Coffee Bekasi). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1(2), 1–18.
- Santoso, A. B. (2018). *Tutorial & Solusi Data Regresi*. Jakarta: Penerbit Agung Budi Santoso.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Suliano, M. R. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran E-Commerce Boogie.Id Menggunakan Imc Model Dwi Sapta. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(2), 300–315.
- Verolyna, D. (2021). Integrated Marketing Communication Pada Penguatan Brand E-Commerce: Telaah Imc Pada Platform Shopee Indonesia. *Ettisal: Journal Of Communication*, 6(1), 21–29.
- Wibowo, B. S., & Haryokusumo, D. (2020). Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-Commerce, Sosial Media Instagram Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Instant Online Buying Konsumen Generasi Millennial. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 1–12.
- Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia Di Era Pandemi Covid-19 Dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 38–56.
- Yovita, dkk (2022). Marketing Communication Strategies of Pentol Kluwung Reviewed From SOSTAC Analysis: Situation, Objective, Strategy, Tactics, Action, Controlling. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 164-174.