

DAFTAR PUSTAKA

Apriliya, Trias, *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda*, (eJournal Ilmu Komunikasi, Vol. 5 (1)).

Bulaeng A.R, (2002), *Komunikasi Pemasaran* Jakarta: Universitas Terbuka, Digilib.uinsby.ac.id (E-Journal)

Doembana Ismawati, Rahmat Abdul, farhaan Muhammad, (2017), “Manajemen Dan Strategi Komunikasi Pemasaran”, Zahir Publishing, Yogyakarta

Dr. Jr. Raco, M.E, M.Sc, (2010), *Metode Penelitian Kualitatif, Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, Grasindo, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta

Dr. M. Anang Firmansyah, S.E.M.M, (2020), “Komunikasi Pemasaran”, CV. Penerbit Qiara Media, Jawa Timur

Fidel Ramadhan Muhammad, (2019), *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Onlinedalam Membangun Brand Awareness*, Universitas Prof.Dr.Moestopo Fakultas Ilmu Sosial, Jakarta

Ghazali Miliza, (2016), *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, Malaysia : Publishing House

Ismawati Doembana, Abdul rahmat, Muhammad Farhan, (2017) *Manajemen Dan Strategi Komunikasi Pemasaran*, ISBN: 978-602-5541-06-3, Zahir Publishing, Yogyakarta

Kriyanto, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Malang: Prenada Media Group).

Kotler, dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta : Erlangga

Nasrullah Ruli, (2017), *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Remaja Rosdakarya

Onny Fitria, Novelia Utami, (2017), *Strategi Promosi Pemasaran*, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammdiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta

Puji Leksono Sugeng, (2016) *Metode Pnelitian Komunikasi Kualitatif*, Malang: Kelompok Intrans Publishing

Setiadi Ahmad, (2016) *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, Cakrawala, Jurnal Humaiora, ejournal.bsi.ac.id, Karawang

Moloeng, (2006), *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Rosdakarya, 2006

Margiono, S (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Graha Jaiz Muhammad, (2014), *Dasar-Dasar Periklanan*, ISBN:978-602-262-172-0, Ilmu, Yogyakarta

