

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Al Qalam Media Lestari
- Anggito Albi Setiawan, Johan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Jejak
- Asriadi Amran Andi. (2021). *Modul Bahan Kuliah E-Commerce For Agribusiness*. Padang: CV. Azka Pustaka
- Audinovic Vizcardine. (2021). “*Strategi Bertahan Bisnis Kue Kering di Masa Pandemi Covid-19*”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 No. 2
- Banjarnahor Rumondang Arif, dkk. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis
- Bonaraja Purba, dkk. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Budio Sesra. 2019. “*Strategi Manajemen Sekolah*” *Jurnal Menata*, Vol. 2 No.2
- Caropeboka Mutialela Ratu. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Dani Mawar Upit. (2019). *Pengaruh Pemasaran Produk Makanan dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Green Cafe 15 A Kota Metro)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
- Darma Sri Gede, Handika Resto Made. (2018). *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 15 No. 2
- Effendy Uchjana Onong. 1990. *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: Mandar Maju
- Gustam Ramanda Rizky. 2015. “*Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan*” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3 No. 2
- Hafidz Saadah Siti, dkk. (2021). *Book Chapter Komunikasi Pemasaran Pariwisata*. Surabaya: Unitomo Press

Hartanto Bobby, dkk. (2022). *Minat Beli Market Place Shopee*. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional

Hermawan Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Kotler Philip, Amstrong Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga

Kurnia Dewi Neng, dkk. 2018. “*Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan ITENAS*” *Jurnal Pendidikan*, Vol. 8 No. 1

Kurniawan Dani. 2018. “*Komunikasi Model Lasswell dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan*” *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, Vol. 2 No. 1

Kurniawan Rozi Firsto, dkk. 2017. “*Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Usaha Kedai Susu Mom Milk Untuk Menarik Minat Konsumen*” *Jurnal SEPA*, Vol. 13 No. 2

Mamik. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatma Publisher

Modding Basri, dkk. 2022. *Esensi Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia

Morrisan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana

Munsarif Muhammad, dkk. 2022. *Pengantar E-Commerce*. Medan: Yayasan Kita Menulis

Musfar Firli Tengku. (2020). *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia

Nurdianti Rahma Siti. 2014. “*Analisis Faktor-Faktor Hambatan Komunikasi dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Pada Masyarakat Kebon Agung Samarinda*” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2 No. 2

Nurhadi Fachrul Zikri, Kurniawan Wildan Achmad. 2017. “*Kajian Tentang Efektivitas Pesan dalam Komunikasi*” *Jurnal Komunikasi*, Vol. 3 No.1

Oktarina Yetty, Abdullah Yudi. 2017. *Komunikasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish

Panuju Redi. 2018. *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi Sebagai Kegiatan Komunikasi Sebagai Ilmu Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana

Panuju Redi. 2019. *Komunikasi Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana

Puspitarini Sekar Dinda. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)" *Jurnal Common*, Vol.3 No. 1

Putri Hendrawaty Dewa. (2020). *Menebar Pesona Air Sanih: Sebuah Studi Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Nilacakra Publisher

Rachmawati Fitri. (2018). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Rahadi Rianto Dedi. 2017. "Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial" *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 5 No. 1

Rangkuti Freddy. 1997. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum

Rofiah Chusnul, dkk. (2021). *Analisis Manual Data Kualitatif Dampak Fyp Tik Tok Pada Pemasaran Digital*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi

Rukin. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing

Rukin. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing

Saleh Yusuf Muhammad, dkk. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV. Sah Media

Sariani Putu Ni Luh. 2019. "Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan" *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 4 No.2

Shimp A, Terence. 2007. *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu) edisi Terjemahan*. Jakarta: Erlangga

Shinta Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press

Suryani Tatik. 2017. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Penamedia Group

Triyono Aris, Warnadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish

Umar Husein. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers

Umriati, dkk. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*

Vernia Mila Dellia. 2017. "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga" *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*, Vol. 1 No. 2

Wibowo Agus. 2015. *Pengantar Pemasaran Bisnis Digital*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo

Wulandari Dwi Afdia. (2019). *Strategi Komunikasi Brand Quiksilver Semarang dalam Mempertahankan Minat Belanja Pelanggan*. Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang

Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian Kepada Nasiracook



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL**

Jl. Lap. Golf No.120, Kp. Tengah, Kec. Pancur Batu,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20353
www.fis.uinsu.ac.id

Nomor :B.1609/IS.IV/PP.009./07/2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Surat Izin Penelitian

Medan, 28 Juli 2022

Yang terhormat:
Bapak/Ibu Pimpinan Nasiracook
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan Program Strata I (S-1) akan melaksanakan penelitian Skripsi sebagai tugas akhir perkuliahan, adapun Mahasiswa tersebut sebagai berikut:

Nama : Jaemi Karunnisyah Siregar
NIM : 0105183416
Fakultas : Ilmu Sosial
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII
Alamat : Jln. Bromo Kompleks Griya Bromo 2 No. 14
Judul : "Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Online Produk Seblak Nasiracook dalam Menarik Minat Pembeli".

Sehubungan dengan itu kami mohon kesediaannya memberikan informasi/data yang diperlukan guna penyelesaian Skripsi mahasiswa dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas bantuan Bapak dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.



Tembusan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Informan 1 : Pemilik Nasiracook

A. Identitas Informan

Nama : Nada Syifa Rangkuti

Usia : 24 tahun

Alamat : jalan jermal 7 gang murni 12

B. Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana latar belakang mengenai Nasiracook?
2. Apa makna logo dan nama dari Nasiracook?
3. Bagaimana Nasiracook dalam melakukan pemasaran?
4. Bagaimana Nasiracook dalam menetapkan harga?
5. Adakah tim khusus dalam melakukan pemasaran?
6. Media sosial apa saja yang digunakan Nasiracook dalam melakukan pemasaran?
7. Bagaimana Nasiracook melakukan pemasaran di media sosial?
8. Apakah dalam menggunakan *ecommerce* grab food, go food, dan shopee food efektif dalam melakukan pemasaran?
9. Apakah outlet Nasiracook menjadi sarana untuk melakukan pemasaran?
10. Apakah ada pemasaran yang dilakukan secara langsung?
11. Bagaimana Nasiracook melakukan hubungan masyarakat?
12. Bagaimana kendala yang dihadapi Nasiracook dalam melakukan pemasaran?

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Informan 2 : Konsumen

A. Identitas Informan

Nama : Nadia
Usia : 19 tahun
Alamat : Jalan Muchtar Basri Medan

B. Daftar Pertanyaan

1. Dari mana kah anda pertama kali mengetahui Nasiracook?
2. Kapan anda mulai mengetahui Nasiracook?
3. Mengapa anda tertarik dengan Nasiracook?
4. Mengapa anda memfollow akun instagram Nasiracook?
5. Bagaimana tanggapan anda tentang konten Nasiracook?
6. Seberapa sering anda melihat konten Nasiracook di media sosial?
7. Apa alasan anda membeli produk Nasiracook?
8. Apakah produk Nasiracook yang anda beli sesuai dengan foto konten yang ada di media sosial?
9. Apakah anda puas dengan adanya promo-promo yang dilakukan oleh Nasiracook?
10. Apakah anda merekomendasikan Nasiracook kepada orang lain?

Lampiran 4 Pedoman Wawancara

Informan 3 : Konsumen

A. Identitas Informan

Nama : Shopia Anwar
Usia : 22 tahun
Alamat : Jalan Sentosa Lama Medan

B. Daftar Pertanyaan

1. Dari mana kah anda pertama kali mengetahui Nasiracook?
2. Kapan anda mulai mengetahui Nasiracook?
3. Mengapa anda tertarik dengan Nasiracook?
4. Mengapa anda memfollow akun instagram Nasiracook?
5. Bagaimana tanggapan anda tentang konten Nasiracook?
6. Seberapa sering anda melihat konten Nasiracook di media sosial?
7. Apa alasan anda membeli produk Nasiracook?
8. Apakah produk Nasiracook yang anda beli sesuai dengan foto konten yang ada di media sosial?
9. Apakah anda puas dengan adanya promo-promo yang dilakukan oleh Nasiracook?
10. Apakah anda merekomendasikan Nasiracook kepada orang lain?

Lampiran 5 Dokumentasi atau foto Penelitian

1. Dokumentasi wawancara dengan pemilik Nasiracook



2. Dokumentasi wawancara dengan konsumen Nasiracook



3. Dokumentasi konsumen yang melakukan pembelian di outlet Nasiracook



4. Dokumentasi suasana Nasiracook di jalan HM yamin



5. Dokumentasi barcode untuk pembayaran non cash di Nasiracook



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN