

DAFTAR PUSTAKA

- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Dewi, R. C. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pemasaran Produk Pada Akun Instagram @Homedia.id). 2507(February), 1–9.
- Harold, K., Pada, D. L., & Bersama, B. (2023). *Demandia*. 08(02), 191–208. <https://doi.org/10.25124/demandia.v8i2.5201>
- Hindra Hastuti, N., Maria Herawati, D., & Astuti Itasari, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Ngidam Muncar Marketing Communication Strategy For Ngidam Muncar Tourism Village. *Universitas*, 9(2), 307–328.
- K, N. S. Q., & Irbayuni, S. (2024). Strategi Pemasaran Digital Efektif Dengan Menggunakan Marketing Model Aisas. 04(02), 693–700.
- Lina Sinatra Wijaya, V. (2020). Analisis Aisas Model Terhadap “ Bts Effect ” Sebagai Brand Ambassador Dan Influencer. 11(30).
- Mufid Suryani, Nida Nusaibatul Adawiyah, & Erlin Beliya Syahputri. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>
- Pada, S., Bisnis, B., Muslim, F., Pelangi, D., & Dian, B. (2024). Analisis model aisas. 7.
- Pahlevi, M. R., Swarnawati, A., Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Dan, S., & Politik, I. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada PT Albis Nusa Wisata di Jakarta. 2(4).

- Pitaloka, L. K., & Kardoyo, K. (2023). Membuka Pintu Pasar Digital: Pelatihan Pemasaran Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM Olahan Pangan di Salatiga. *Madaniya*, 4(4), 1368–1380.
- Ranjani, E., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Indonesia Implementation Of Digital Marketing As A Marketing Strategy To Improve The Competitiveness Of Umkm In. November, 7443–7452.
- Rayhaniah, S. A. (2022). Komunikasi pemasaran. Jakarta: Erlangga, 45, 100–101. <https://doi.org/10.31219/osf.io/q8u3d>
- Rukhmana, T. (2021). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.
- Safina, F., Oktaviani, A. I., Mubin, B., Wijaya, U., Purwokerto, K., & Artikel, I. (2024). Strategi Peningkatan Brand Awareness Untuk Umkm Program Kerja Pengembangan Branding Keripik Bayam Dan. 03(02), 223–231. <https://doi.org/10.56681/wikuacity.v3i2.249>
- Shalahuddin, M. A., & Nurfaizah, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital. *Propaganda*, 3(2), 124–130. <https://doi.org/10.37010/prop.v3i2.1607>
- Spradley, P., & Huberman, M. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penulisan Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. 1(2), 77–84.
- Sugiyama, T. A. & K. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. McGraw Hill Professional.
- Suhud, U., Sulistyowati, R., SugiantoSitohang, D., Maulida, E., & BaraBerutu, M. (2024). Assessing the attention-interest-search-action-share (AISAS) model on the traditional textile exhibition visitors. *Environment and Social*

Psychology, 9(7), 2082. <https://doi.org/10.59429/esp.v9i7.2082>

Syahputra, D., M, D. S., & Andyna, C. (2025). CONTENT : JOURNAL OF COMMUNICATION Marketing Communication Strategy of “ Keripik Cinta Mas Hendro ” to Increase Consumer Purchase Intention. 03(01), 23–29.

Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penulisan Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. Afeksi: Jurnal Penulisan Dan Evaluasi Pendidikan, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>

Zamzami, A. I., Dafina, A., Firdaus, R., Puspitasari, D., & Sulaeman, E. (2024). Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Bisnis di Platform Instagram. 4, 3989–3998.