

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S., Masriadi., Mardhiah, A., & Husniati, A., M. (2024). Bauran pemasaran Dinas Kepemudaan olahraga dan pariwisata kota subulussalam dalam mempromosikan Tahura Le Kombih . CENDEKIA : Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora.2(1), 414-422. <https://sg.docworkspace.com/d/sIJ2dyICPAdmZ68IG?sa=601.1074>
- Alghifari, A (2024), Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Akun *Instagram @ruangsarjana* Dalam Menarik Minat Penyewaan Konsumen (Studi Kualitatif Pda Mahasiswa Universitas Malikussaleh) Skripsi (Universitas Malikussaleh).
- Andri Oktaviani (2023). Buku Komunikasi Pemasaran. Pustaka Baru Press
- Anismar, & Anita. (2018). Komunikasi antarbudaya mahasiswa etnis Minangkabau dengan mahasiswa etnis Aceh. *Jurnal Jurnalisme*, 7(2), 216–225.
- Assari. (2015). Manajemen Pemasaran. 168.
- Danung Sunyoto, S.H., M.M, 2015. *Perilaku konsumen dan Pemasaran*. Penerbit CAPS (Center Of Academic Publishing Service), Yogyakarta
- Effendi, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- Ferdinand, Augusty. (2014) Metode Penelitian Manajemen.Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Fitri, D., Anismar, A., Fazil, M., & Ula, C. W. (2018). *Smartphone sebagai gaya hidup mahasiswa (studi pada mahasiswa FISIP 2018)*. Universitas Malikussaleh.
- Hadi, D. F. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Doktorandus Koffie dalam Menarik Minat Konsumen Penikmat Kopi. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 2(2), 85–89. <https://doi.org/10.25008/jpi.v2i2.50>
- Hamzah, R. E., Manongari, R. R., & Shabrina, R. P.(2020). Strategi Komunukasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Komunikata*57, 1(1), 50-59. <https://doi.org/10.55122/kom57.v1i1.19>
- Hasanah, (2016). Teknik Teknik Observasi. *Jurnal at-Taqaddum*, 8(1), 21-46. <https://journal.walisongo.ac.id>
- Husniati, A. M., & Maryam. (2019). Konstruksi identitas komunikasi pemasaran pariwisata halal Aceh. *Jurnal Jurnalisme*, 9(1), 62–71.

- Kotler dan Keller. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha.” Universitas Internasional Batam UIB Repository (2017):5-24.
- M. Rizaldi. (2024). Komunikasi Pemasaran Akun *Instagram @Vieraoleholeh.Id* Dalam Mempromosikan Oleh-Oleh Khas Riau
- Marselinus Rustandy. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan *Online Blue Lane Coffee* Alam Sutera Tangerang
- Moleong, Lexy J. (2007) Metodologi Penelitian Kualitatif, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- Neneng Surya Ningsih. (2021). Komunikasi Pemasaran Pada Akun *Instagram @Kita_Center* Dalam Mempromosikan Produk
- Novianti, A., Ekowati, D., Nawarcono, W., & Margiutomo, S. A. (2023, September). Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating* Dan *Cash On Delivery* Terhadap, Keputusan Pembelian Pada Aplikasi *TikTok Shop*. In Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (Vol. 8, pp. 507-514)
- Priansa Juni Doni. (2017). Komunikasi Pemasran Terpadu Pada Era Media Sosial. Pustaka Setia, Bandung
- Ramadhan, M. P., Hariyanto, F., & Kusumaningrum, R. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Kopi Rukun Warga. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(4), 593–596. <https://doi.org/10.47233/jebs.v4i4.1917>
- Shakari, S. A., Fazrill, M., Subhani, Kamaruddin, & Zulfadi. (2024). Strategi komunikasi hubungan masyarakat dalam membangun citra positif pada Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe. *Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 2(4), 833–839. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14213838>
- Sutisna. 2001, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Widiawati, K. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Bintang Empat Meraih Pelanggan, 2011:137. 7(1), 63–74. www.beritasatu.com