DAFTAR PUSTAKA

Agazu, Biniam Getnet & Kero, C. A. (2024). Strategi Inovasi dan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Inovasi Dan Kewiraswastaan*, 85. https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s13731-024-00381-9

Al-ghifari. (2024). *Starategi Komunikasi Pemasaran Digital Akun Instagram @ruangsarjana dalam Penyewaan Produk Outlet* (Vol. 2). Universitas Malikussaleh.

Budiman, M. N. (2024). Proses e-WOM dalam Membangun Brand Awareness Bagi Kuliner Pedagang Kaki Lima di Surabaya. *SCRIPTURA*, *14*(1), 34–48.

Cordeiro, D. F., Vállez, M., Font-Julian, C. I., & Guallar, J. (2025). Instagram Engagement and Content Strategies of US and UK Legacy Media: A Quantitative Analysis of Five Leading News Outlets. *Journalism and Media*, *6*(2), 1–19. https://doi.org/10.3390/journalmedia6020089

Fatinah, S. H., Husniati, A. M., & Mardhiah, A. (2026). Model AISAS sebagai Media Promosi Digital (Analisis Respon Konsumen pada Akun Instagram @Dapue.Moonra dan @Bitsybites.m). *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, *5*(2), 3692–3701.

Febrina, R. I., Firmansyah, F., & Pratiwi, R. M. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di PT Tama Cokelat Indonesia. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, *10*(2), 195–210. https://doi.org/10.52434/jk.v10i2.3676

Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Umsida Press.

Istikhomah, F., Mukhlisin, L., Dharojah, R. W., Istighfarin, A., Larasati, N. D., Aini, A. N., Aisyah, V. N., Panjaitan, J. M., 18, N., Taman, K., Madiun, K., Timur, J., Yani, J. A., Kartasura, K., Sukoharjo, K., & Tenga, J. (2025). Analisis Model Aisas Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @Waturumpuk_Mendak Di Instagram Analysis of the Aisas Model in Digital Marketing Communication Strategy @Waturumpuk_Mendak on Instagram. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, *16*(1), 56–68. http://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/

Istiqomah, Nur Hidayatul; Magfiroh, Syahrotul; Habibana, Z. N. (2024). Memahami Perilaku Konsumen: Tinjauan Aspek Psikologis dalam Keputusan Pembelian dan Strategi Pemasaran. *Jurnal HEI EMA*, *3*(3), 71–82.

Jannah, A., Satria, D., & Fitri, D. (2023). CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Grosirshop_Stufff dalam Promosi Penjualan. *CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, *1*(4), 2023. https://doi.org/10.5281/zenodo.8422512

Kusumadinata, A. A., Ramadhan, A., Maulana, D., & Wiratama, F. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Hegar Coffee & Liwet Melalui Akun Instagram. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, *9*(3), 316–324. https://doi.org/10.29303/jseh.v9i3.368

Mahardika, E. A., & Panindias, A. N. (2025). Strategi UD. Sarjana Buah 88 dalam Meningkatkan Kesadaran Merek melalui Metode AISAS. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *8*(3), 171–183. https://doi.org/10.37329/ganaya.v8i3.4408

Maulani, R. I. A. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran Jameun Kupie Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Konsumen*. Universittas Malikussaleh.

Mauliza. (2024). *Strategi Komunikasi Bisnis Akun Instagram @zhalza.id Dalam Mempromosikan Produk Pakaian Wanita*. Universitas Malikussaleh.

Mutiah, F. (2023). Komunikasi Pemasaran Model AISAS (*Attention*, *Interest*, *Search*, *Action*, *Share*) Dalam Startegi Membangun Reputasi Brand Dailyhotels.id. *Commercium*, *7*(1), 190–198.

Nabila, A. K., & Dewi, R. S. (2025). Analisis Penerapan Model AISAS dalam Strategi Komunikasi Digital Kuliner dalam Akun Instagram Semarang Food Hunter. *Jurnal Audience*, *08*(02), 195–207. https://doi.org/10.33633/ja.v8i2.13488

Nurhasanah, N., & S, S. K. A. (2024). Intelletika : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Masyarakat. *Intelletika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* , *2*(2), 33–39. https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i2.922

Prameswari, A. D., & Sitorus, O. F. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada UMKM Kuliner Jakarta Timur. *Jurnal Niara*, *16*(3), 513–519.

Pratama, Bagaskhara Putra Erel; Setianingrum, V. M., & Sos, S. (2025). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Laziza. *The Commercium*, *09*(3), 75–86.

Rizky, M. (2024). *Analisis strategi komunikasi pemasaran pada jasa cargo pt. indah logistik cargo medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Saadah, Naura Nafisha; Yusuf, Ismail; Budiman, A. (2023). Analisis Pemasaran Digital Menggunakan Model Jimea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen,Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *7*(2), 1153–1164.

Sofiah, M., Ramadhani, S., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2023). Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis and place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (umkm) Analysis of the influence of the 4p marketing mix (product , price , promotion , place) on purchasing decisions in msme. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, *16*(2), 122–141.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Timbang, G. T., & Yulhaidir. (2023). Model Strategi Komunikasi Pemasaran Citraland Tallasa City Makassar. *Jurnal Komunikasi*, *16*(1), 52–63. https://journal.unifa.ac.id/index.php/jku/article/view/483

Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (Vol. 2). Eureka Media Aksara.

Widiantara, I. M., Manarfa, L. O. M. R. A., Laksono, R. D., Hadikusumo, R. A., Krisdianto, N. M. D., Anisah, H. U., Januru, L., Sondakh, T. H. A. G., & Adika, D. (2025). *Ilmu Komunikasi. Akiopedia Press*. Akiopedia Press.

Wijayanto, A. S., Nursanti, S., & Budhiharti, T. W. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, *4*(3), 789–794. https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i3.2174

Yuliati, L. N., & Simanjuntak, M. (2024). Digital Communication Innovation of Food Waste Using the AISAS Approach: Evidence from Indonesian Adolescents. *Sustainability*, *16*(2). https://doi.org/10.3390/su16020488