DAFTAR PUSTAKA

Agustinus, 2026. *Strategi Crowdfunding Melalui Kampanye Media Sosial Instagram @Runtocare*. *6*, 1–10.

Aulia, F. S. (2026). *Pengelolaan Konten Instagram Untuk Mempromosikan Semanggi Digital Indonesia*. *9*(3), 1–3.

Azahara, M. (2025). *KOMUNIKASI PEMASARAN MODEL AISAS PADA CAFE & RESTO MIESIKO LHOKSEUMAWE*. *6*(6), 6. https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html

Dewi, P. C., Winayanti, R. D., & Nasional, U. P. (2026). *Penerapan Model AISAS dalam Komunikasi Pemasaran Digital melalui Media Sosial*. *9*(1), 82–94.

DR Didik Harianto, & 2024. (n.d.). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran*.

Gilang Maulana, & Sugiarto, A. P. (2025). signifikan terhadap pola komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, *10*(4).

Hakim, L. N. (2013). Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit. *Aspirasi*, *4*(2), 165–172. https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/501

Hamira yulia. (2026). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffe Shop Lafera Pekan Baru Melalui Media Instagram. *Nucl. Phys.*, *13*(1), 104–116. https://www.preventionweb.net/news/preliminary-report-february-6-2023-earthquakes-turkiye

Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, *1*(1), 14–28. https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1.18

Hutapea, T. M. (2022). *Analisis Model Attention - Interest - Search - Action - Share* terhadap Akun Instagram *@bodatnation* sebagai Media Baru Pemasaran. *Perspektif*, *11*(2), 751–761. https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.6435

Manik, M. C., & Simanjutak, M. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Peningkatan Daya Saing UMKM Di Restoran Damar Balige. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, *2*(2), 1–20.

Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis BENEFIT*, *9*(2), 111 – 119. https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2

Mardiyanto, D., & Slamet, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandaice Di Kedai Digital 8 SOLO (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran). *Surakarta Management Journal*, *1*(1), 43. https://doi.org/10.52429/smj.v1i1.329

Nofia, E. 2026. (2026). Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Baje Cantek Pada Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Pelanggan. *Nucl. Phys.*, *13*(1), 104–116. https://www.preventionweb.net/news/preliminary-report-february-6-2023-earthquakes-turkiye

Nurul, A. W. (2022). Strategi Usaha Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Singkong Keju di Ponorogo. *Basic and Applied Ecology*, *64*, 57–67.

Rais, N. M. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan oleh Restoran Iga Bakar Bali, Yogyakarta. *Frontiers in Veterinary*

Risnita, & Asrulla. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(3), 26320–26332.

S, N. D. A., & Amalia, D. (2023). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @ surabayaterkini melalui Model AISAS (Attention , Interest , Search , Action , Share) pada Tiktok*. *6*(September).

Sugiyama, Kotaro, A. (2011). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital surabayaterkini melalui Model AISAS (*Attention , Interest , Search , Action , Share*) pada Tiktok. *SurabayaTerkini*, 6.

Sugiyama, Kotaro., & Andree, Tim. (2011). *The Dentsu way : 9 lessons for innovation in marketing from the world's leading advertising agency*. 310.

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),