

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, B., Saragih, M. Y., & Abidin, S. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk UMKM ke Masyarakat di Era Digital melalui Media Sosial: Studi Kasus pada UMKM Rumah Mode Aqhita. *Comit: Communication, Information and Technology Journal*, 2(2), 323-334. Diakses pada 17 Januari 2024.
- Abdurahman, N.H. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: Pustaka Setia. Diakses pada 16 Januari 2024.
- Anam, K. (2023, Mei 08). Terungkap! Perilaku Konsumen FMCG Berubah Selama 3 Dekade. Diakses dari [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com) pada 18 Januari 2024.
- Anismar, A., Zulkarnain, I., Kholil, S., & Suswanta, S. (2023). *Tourism Marketing Strategy of Legenda Tapaktuan Tourist Attraction in South Aceh District, Aceh Province. Journal of Governance and Public Policy*, 10(3), 288-302. Diakses pada 17 Januari 2024.
- Asep, Hermawan. (2015). Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: PT. Grasindo. Diakses pada 18 Januari 2024.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education. Diakses pada 18 Januari 2024.
- Ciompah, A. (2023, Agustus 31). PT Nutrifood Indonesia Buka Lowongan Kerja, Buruan Daftar Sebelum Ditutup Tanggal 17 September. Diakses dari <https://realitasttu.pikiran-rakyat.com> pada 18 Januari 2024.
- Dhony, N. N. A. (2014). Bentuk dan Struktur Pertunjukan Teater Dulmuluk dalam Lakon Zainal Abidinsyah di Palembang (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Surakarta). Diakses pada 16 Januari 2024.
- Durianto, D et al. (2014). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Diakses pada 17 Januari 2024
- Effendy, Onong Uchjana. (2016). Dinamika Komunikasi, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Diakses pada 18 Januari 2024.
- Febryanto, Sendi (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Bank Indonesia Dalam Mensosialisasikan QRIS Pada Gen Z (Studi Deskriptif Pada Kpw BI Lhokseumawe Terhadap Gen Z Lhokseumawe). Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Aceh. Diakses pada 17 Januari 2024.
- Firmansyah, Dr. Anang., (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media. Diakses pada 20 Januari 2024.
- Herdiansyah, Haris. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Humanika. Diakses pada 19 Januari 2024.

- Jannah, A., Satria, D., & Fitri, D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram@ Grosirshop\_Stuff dalam Promosi Penjualan. *Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial dan Humaniora*, 1(4), 379-386. Diakses pada 18 Januari 2024.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education. Diakses pada 19 Januari 2024.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management, 15<sup>th</sup> Edition New Jersey*: Pearson practice Hall, Inc. Diakses pada 17 Januari 2024.
- Lubis, M. R. H. (2018). Pengaruh Brand Awareness, *Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Laptop Merek Asus Di Daerah Istimewa Yogyakarta (Doctoral Dissertation)*. Diakses pada 16 Januari 2024.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Diakses pada 17 Januari 2024.
- Nugraha, A. G. (2018). Pengaruh *Brand Awareness, Perceived Quality, Price, Dan Design Product Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 Di Banjarnegara (Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 Di Banjarnegara) (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto)*. Diakses pada 20 Januari 2024.
- Nutrifood Indonesia (2024). <https://www.nutrifood.co.id/about-us/>. Diakses pada 18 Januari 2024.
- Permana, Y., Realita, R., Ariani, R. O., Purbasari, N., Bangun, S., & Fihartini, Y. (2023). *Digital Marketing Media Development at Nutrihub Lampung. Devotion: Journal Corner of Community Service*, 1(3), 105-114. Diakses 19 Januari 2024.
- Putri, Vanya Karunia. (2022). Hambatan Komunikasi: Pengertian serta Bentuk Hambatannya. Diakses dari [www.kompas.com](http://www.kompas.com) pada 17 Januari 2024.
- Saksono, H., Maula, L. R. M., Sari, D., Yusnita Arvianti, E., Widyaningrum, B., Akaresti, L., ... & Munawaroh, M. (2022). *Buku Ajar Pengantar Bisnis Dan Manajemen (Introduction To Business And Management Textbook)*. Diakses pada 17 Januari 2024.
- Sangra, Desayu & Rismawaty. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome To The World Of Communications)*. Bandung: Rekayasa Sains. Diakses pada 17 Januari 2024.
- Soemanagara, Rd. (2014). *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta. Diakses pada 22 Januari 2024.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. New York, NY: McGraw-Hill. Diakses pada 16 Januari 2024.

- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. Diakses pada 21 Januari 2024.
- Terence A. Shimp. (2017). Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga, Diakses pada 16 Januari 2024.
- Tjiptono, Fandy. (2014). Strategi Pemasaran. Edisi ketujuh. Yogyakarta: Andi. Diakses pada 16 Januari 2024.
- Wijayanti, S. (2019). Pengaruh Kesadaran, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Di Matahari Departement Store Kudus (*Doctoral Dissertation*, Iain Kudus). Diakses pada 17 Januari 2024.
- Yamit, Zulian. (2015). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: Ekonisia. Diakses pada 18 Januari 2024.