

## DAFTAR PUSAKA

- A. Mubarakah, S. Wahyuni & M. Zulianto. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Osingdeles). *Jurnal Pendidikan Ekonomo Volume 16 Nomor 1 (2022)*.
- Abdul, Rofiq, Zainul Arifin & Wilopo. (2012). Pengaruh Penerapan AIDA (Attention,Interest,Desire,Action).Terhadap Keputusan Pembelian.Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Afridatul Jannah, Masriadi, Deddy Satria & Dwi Fitri. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Grosirshop\_Stuff dalam promosi penjualan. *Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora Volume 1, Issue 4, 2023*.
- Agustinawati & C. Puspasari. (2018). Analisis bauran Pemasaran Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis Volume 7, Nomor 2, September 2018*.
- Azlia Maharani. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Digital di Media Sosial Tiktok dan Lifestyle Terhadap Minat Membeli Produk Kecantikan (Studi Kasus Pada Brand Somethinc). Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. *Skripsi*.
- D. carollina, Y Angkawijaya, V A. Abednego. (2022). Analisis “AIDA” Pada Konten Instagram “Madam Gie” Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bahasa Rupa Vol. 05 No. 02 April 2022*.
- Didin Burhanuddin Rabbani & Dkk. (2022). Komunikasi Pemasaran. CV. PT. Global Eksekutif Teknologi
- Doni Mardiyanto & Giarti. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Edunomika Vol.03 No, 01*.
- Donna Carrollina, Yongkie Angkawijaya, Victor Adiluhung Abednego. (2022). Analisis “AIDA” Pada Konten Instagram “Madam Gie” Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bahasa Rupa Vol. 05 No. 02-April 2022*.
- Gracella Kerenhapukh. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk @camille. Beauty Melalui Media Instagram Dalam Membangun Brand Awareness. Fakultas Ilmu Sosial dan Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana. *Skripsi*.
- H. Bambang Winarko. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital. CV. Amerta Media. *Buku*.
- Ida Ri’aeni. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Produk Kuliner Tradisional. *Jurnal Komunikasi Volume 1, Nomor 02, Desember 2017*.

- Kiai Haji Achmad Siddiq. (2022). Analisis Aida pada Model Periklanan dengan Endorsment Terhadap Minat Donasi Produk Kitabisa.Com di Instagram. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember. *Skripsi*.
- M. Iqbal Ashdiqi. (2023). Peran Celebrity Endorsment, Digital Marketing, dan Kualitas Produk untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Ulang. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. *Skripsi*.
- Meliza Yani. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Payan Penyet Pak Ulis Lhokseumawe. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh. *Skripsi*.
- Muhammad Anang Firmansyah. (2020). Komunikasi Pemasaran. CV. Penerbit Qiara Medan. *Buku*.
- Muhammad Imam Muafa. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam meningkatkan Brand Awareness Gora Coffe And Eatery. Program Studi Bisnis Institut Pertanian Bogor. *Skripsi*.
- N.K Wardani & A. Daniar. (2021). Pengaruh Digital Marketing Instagram Pada Keputusan Membeli Produk Skincare saat Pandemi. *Jurnal Prosiding SNADES 2021*.
- Putra Syam Pratama. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kecantikan MS. Glow Skincare Cabang Medan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utama. *Skripsi*.
- RR. Nadhira Harsari. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Instagram @styleilookss. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 10, No 1 (2020)*.
- Sunarto Prayitno & Rudy Harjanto. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. PT RajaGrafindo Persada. *Buku*.
- Vella Aticha. (2021). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Coffeshop Terasore Medan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. *Skripsi*.
- Yulia Sari. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Amazara. Fakultas Psikolog dan Ilmu Budaya Universitas Islam Indonesia. *Skripsi*.