

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, N., Kusumaningrum, R., & Nurkinan, N. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Makanan@ Mochi\_Momi Dalam Promosi Melalui Instagram. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 10356–10371. Diakses dari <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>.
- Arianto. (2021). Komunikasi Pemasaran Konsep dan Aplikasi di Era Digital 2021. Surabaya: Airlangga University Press. Diakses dari <https://books.google.co.id>.
- Anggara M, (2021). Marketing Syariah dan Multilevel (Teori dan Praktek) 2021. Jawa Barat: Guepedia *The First On-Publisher in Indonesia*. Diakses dari <https://books.google.co.id>.
- Agustinawati, Puspasari C (2018). Analisis Bauran Pemasaran Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*. 7(2), 11-17. Diakses dari <https://www.semanticscholar.org/paper>.
- Bahri R, Andyna, Hasan, M (2021). Strategi Komunikasi Persuasif Petugas Kementrian Agama Kabupaten Aceh Tamiang Dalam Memberikan Informasi Pembatalan Ibadah Haji 2020-2021 Pada Calon Jamaah Haji. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*. 8(2), 99-107. Diakses dari <https://scholar.google.com>
- Dewi, R. P., & Fransiska. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Restoran Zushioda Cirebon. *Inovasi Penelitian*, 4(3), 781–792. Diakses dari <https://scholar.google.co.id>.
- Fransisca, M. (2021). Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus pada Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar) Kabupaten Kuningan). *Jurnal Signal*, 9(1), 14-24. Diakses dari <https://doi.org/10.33603/signal.v9i1.4248>.
- Haq, M. I. (2023). "Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Taman Wisata Jlungut Kebonarum Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung". Skripsi. Surakarta: Univesitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Diakses dari <http://eprints.iain-surakarta.ac.id>.
- Ilham, M., Nopriani, F., & Purwani, F. (2023). Penerapan E-Commerce pada Penjualan Pupuk di CV Kencana Hijau. *MDP Student Conference*, 2(1), 478–483. Diakses dari <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i1.4492>.
- Jannah, Masriadi, Satria, F. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Grosirshop\_Stuff dalam Promosi Penjualan. *Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 1(4), 379–386. Diakses dari <https://doi.org/10.5281/zenodo.8422512>.

- Liyan, U. F. (2023). Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ayam Geprek DWI WEK. *UTS Students Conference*, 1(5), 144-163. Diakses dari <https://conference.uts.ac.id>.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses* (cetakan pertama). Yogyakarta: Kobis. Diakses dari <https://books.google.co.id>.
- Mustofa, M. A. (2023). Upaya Petani Sawit Dalam Meningkatkan Perekonomian Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam Di Desa Sungai Sayang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3257–3266. Diakses dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id>.
- Maulidayanti, Ali, Harinawati, S. (2021). Negosiasi Pembelian Dan Pedagang Di Pasar Tradisional Geudong (Studi kasus Pada Penjual Pakaian Desawa di Kecamatan Samudera kabupaten Aceh Utara Periode Bulan Januari-Mei 2021). *Jurnal jurnalisme*. 10(1). 91-103. Diakses dari <https://ojs.unimal.ac.id>.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif 2015*. Sidoarjo: Zifatama Publisher. Diakses dari <https://books.google.co.id>.
- Marketing Mix Di Era Digital. (2022). Wakool.ID. Diakses 22 Agustus 2024, Diakses dari <https://wakool.id>.
- Pribanus Wantara. (2023). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pariwisata 2024*. MNC Publishing. Diakses dari <https://books.google.co.id>.
- Pemerintah Kabupaten Langkat. (2017). *Peta Langkat*. Langkat: Dinas Komunikasi dan Informatika Kab. Langkat. Diakses dari <https://www.langkatkab.go.id/page/8/peta-langkat>.
- Rohmah, W. N. (2023). "Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Turrima Agro Mass Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*". Skripsi. Surakarta: Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Diakses dari <https://eprints.iain-surakarta.ac.id>.
- Shofa, Fauzi. A. A. (2023). "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Dapoer Marebu. Skripsi. Magelang: Universitas Tidar. Diakses dari <https://repositori.untidar.ac.id>.
- Suryana, A. (2022). *Konsep-konsep Dasar Komunikasi Pemasaran 2022*. Univeristas Terbuka. Diakses dari <https://pustaka.ut.ac.id>.
- Saleh Yusuf M, Said M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran 2019*. Makassar: CV Sah Media. Diakses dari <https://books.google.co.id>.
- Surachman Yani A (2021) *Konsep Dasar Sistem Komunikasi 2021*. Universitas Terbuka. Diakses dari <https://pustaka.ut.ac.id>.
- Yuni Astuti (2023). "Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Puspa Laweyan Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen". Skripsi. Surakarta Universitas Raden Mas Said Surakarta. Diakses dari <https://eprints.iain-surakarta.ac.id>.