

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A. Shimp, Terence. and J. Craig, Andrews. 2013. Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications. Cengage Learning. All Rights Reserved.
- Agus, Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Andi Prastowo. 2012. Metode Penelitian Kualitatif Dalam Persektif Rancangan Penelitian. Jogjakarta : Ar-ruzzmedia
- Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basuki, Sulistyono. 2006. Metode Penelitian. Jakarta: Wedatama Widya Sastra
- Budi, Rayudaswati 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Makassar : KRETAKUPA
- Bungin, Burhan. 2011. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana.
- Cutlip, Center & Broom. 2006. Effective Public Relations (Edisi kesembilan). Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek, Bandung, Rosda.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. 2016. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian), Yogyakarta: Andi.
- Firmansyah, M. A. 2020. Komunikasi Pemasaran. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Griffiths, Andrew. 2011. 101 Jurus Rahasia Membangun Bisnis Hebat dengan Cara Cerdas, Mudah dan Cepat. Jakarta: Tangga Pustaka.
- Gunawan, Imam. 2016. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara
- Husein, Umar 2007. Riset Sumber Daya Manusia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

- Kotler, Philip & Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, philip dan kevin keller, 2012. Marketing management. Fourteenth edition, new jersey: Prentice Hall.
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Lestari, I. 2013. Pengembangan bahan ajar berbasis kompetensi. Jakarta: Akademia.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. "Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7". Jakarta : Erlangga.
- Moleong, L.J. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Paine. K. D. 2011. Measure What Matters: Online Tools for Understanding Customers, Social Media, Engagement, and Relationships. New Jersey: John Willey & Sons Inc.
- Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr. 2008. Manajemen Strategis 10. Salemba Empat : Jakarta
- Partao, Zainal Abidin. Testimonial: Ketika pelanggan Anda Jadi Ujung Tombak Tenaga Marketing & Penjualan yang Paling Militan.
- Romli, Khomsahrial. 2016. Komunikasi Massa. Jakarta: PT Grasindo, anggota Ikapi.
- Setiadi, Nugroho J.2003. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

JURNAL

Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 13-23.

Chan-Olmsted, S. M., Cho, M., & Lee, S. 2013. *User perceptions of social media: A comparative study of perceived characteristics and user profiles by social media*. *Online journal of communication and media technologies*, 3(4), 149-178.

Faruqi, A., & Wahyuni, I. (2017). Analisis Strategi Word Of Mouth Marketing Akun Instagram@ exploresawahlunto. *eProceedings of Management*, 4(1).

Hollebeek. 2011. Exploring Customer Brand Engagement: Definition and Themes. *Journal of Strategic Marketing*. Vol. 23 (1).

Kurniawan, C. N. 2020. Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Testimoni di Instagram terhadap Minat Beli Konsumen. *Management and Accounting Expose*, 3(2).

Muzdalifah, L., & Ilmiah, H. (2020). Pengaruh Testimoni dan Daya Tarik Instagram Terhadap Keputusan (Studi pada Lsinta Muslim Wedding). *Greenomika*, 2(2), 105-113.

Puspitasari, F., & Gusfa, H. (2017). Strategi Promosi Online Shop melalui Sosial Media dalam Membangun Brand Engagement. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 7(2), 115-130.

Wulandari, I. S. (2020). Pemanfaatan e-WOM dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Produk Es Krim AICE. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(1), 46-51.

Xi, N., & Hamari, J. 2019. *The relationship between gamification, brand engagement and brand equity*. In *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*.

ONLINE

Platform Digital Bantu Produk UMKM Terjun ke Pasar Global

<https://www.cendananews.com/2021/02/platform-digital-bantu-produk-umkm-terjun-ke-pasar-global.html>, diakses pada tanggal 28 September 2021 pukul 23.45

Media Sosial jadi Lapak Terbanyak UMKM Jualan Online

<https://voi.id/ekonomi/63166/media-sosial-jadi-lapak-terbanyak-umkm-jualan-i-online-i-bagaimana-dengan-i-marketplace-i>, diakses pada tanggal 4 Oktober 2021 pukul 22.36

5 Cara Efektif Meningkatkan Penjualan Melalui Fitur Story Instagram

<https://redcomm.co.id/knowledges/5-cara-efektif-meningkatkan-penjualan-melalui-fitur-highlight-story-instagram>, diakses pada tanggal 4 Oktober 2021 pukul 23.42

Platform Digital Efektif Untuk Customer Engagement

<https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/digital-brand-communication/platform-digital-efektif-untuk-customer-engagement/>, diakses pada tanggal 11 November 2021 pukul 21.03)

10 Masker Wajah Terlaris Shopee dan Tokopedia: Brand Lokal Memimpin!

https://compas.co.id/article/masker-wajah-terlaris/?utm_source=Instagram&utm_campaign=masker_wajah_terlaris&utm_content=later-20906661&utm_medium=social, diakses pada tanggal 5 Oktober 2021 pukul 23.29