

Daftar Pustaka

- Aidirmawan, A., Yusanto, F., & Aprianti, A. (2015). Pengaruh Iklan Pureit Unilever" versi Ibu Hamil" Terhadap Keputusan Pembelian (analisis Iklan Dan Model Aida Di Komplek Margahayu Raya Kelurahan Manjahlega, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 2(3).
- Al-Ghazaruty, F. (2009). Studi dokumen dalam penelitian kualitatif.
- Alwasilah. (2003). 'Pokoknya Kualitatif: Dasar – Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif'. Jakarta. Dunia Pustaka Jaya.
- Amirin, T. M. (1986). Menyusun rencana penelitian.
- Bagaskara, E. G. (2018). Penciptaan Seni Videografi Gaya Limited Animation 2d "Struggle" Video Animasi Dengan Isu Bunuh Diri (Doctoral dissertation, PPS ISI Yogyakarta).
- Bagus, L. (2002). Kamus Filsafat. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bertens, K. (1987). Sejarah Filsafat Yunani. Kanisius.
- Budiutami, I. C. (2006). STRATEGI KOMUNIKASI FEMALE PRESENTER DALAM MEMASARKAN PRODUK Studi pada Female Presenter Rokok Lucky Strike di Malang (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Creswell, J.W. (1998). Penyelidikan Kualitatif dan Rancangan Penelitian: Memilih Diantara Lima Tradisi. AS: Sage Publications Inc.
- Creswell, J.W (2014). Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif Dan Campuran. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Delfgaauw, B. (2001). Filsafat Abad 20, terj. Soejono Soemargono. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Dermawan, R., & Saraswati, D. (2009). Cari duit dari freelance. Penebar PLUS+.
- Fadhli, M. (2016). Pengembangan media pembelajaran berbasis video kelas iv sekolah dasar. *Jurnal dimensi pendidikan dan pembelajaran*, 3(1), 24-33.

- Farghani, I. I. (2022). *Kreativitas Videografer Abdul Gafar Studio Dalam Memproduksi Video Cinematic* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Gottschalk, L. (1986). *Pengertian Sejarah; A Primer of Historical Method* terjemahan Nugroho Notosusanto. Jakarta: UI Press.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan fenomenologi: Pengantar praktik penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163-180.
- Kotler, Philip and Amstrong. (2012). *Prinsip Pemasaran*. Edisi Global. Edisi 14. Pearson Education. Amerika Serikat.
- Kotler, Philip & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 13 Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Lewis, B.K. (2010). *Media Sosial dan Komunikasi Strategis: Sikap dan Persepsi di Kalangan Mahasiswa*. *Jurnal Internasional Hubungan Masyarakat Amerika*.
- Littlejohn, SW. dan Karen, A.F. (2005), *Teori Komunikasi Manusia*, Toronto: Thomson Learning Inc.
- Littlejohn, S.W. (2002). *Teori Komunikasi Manusia*. Belmont, CA:Wadsworth.
- Nasution, M. F. R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Ningrum, D. P. (2019). Seniman Jalanan Malioboro Sebagai DayaTarik Wisatawan Milenial (Studi AISDALSLove pada akun@ nolkmkustik). *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 1(2), 105-117.
- Nuprilianti, N. P., & Khuzaini, K. (2016). Pengaruh personal selling, brand image, word of mouth terhadap keputusan pembelian mobil. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(1).
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi, komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam penelitian kualitatif*

- Sedgwick, P., & Edgar, A. (Eds.). (1999). Konsep kunci dalam teori budaya. Routledge.
- Sugiyono, D. (2010). Memahami penelitian kualitatif.
- Sugiyono. (2005). Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta.
- Taufiqurrohman, M. A. (2023). *Analisis Strategi Personal Selling Untuk Meningkatkan Konsumen Besi Begel Dan Cakar Ayam Di Era Pandemi Covid-19 Pada produk Tb. Al-Amin Kudus* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Taylor, SJ dan R Bogdan. (1984). Pengantar Metode Penelitian Kualitatif: Pencarian Makna, Edisi Kedua. John Wiley and Sons. Toronto
- Wijaya, B. S. (2012). Brandmorphism Theory: How Brands Evolve and Adapt. *Journal Communication Spectrum*, 2(2), 215-225
- Wijaya, B.S. (2011). Model baru hirarki efek dalam periklanan. ISSIT 2011, 1(1), 5-15.