

DAFTAR PUSTAKA

Asdar, Muh. *Manajemen Pemasaran Perusahaan* Jl. Harapan Bangsa Perumahan BTN Batulappa Blok D1/1 Sidenreng. Rappang.Lajagoe Pustaka.2023.

Budio,Sersa. 2019. “*Strategi Menejemen Sekolah*”, Jurnal Menata, Vol. 2 No. 2, Desember.

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*.Jakarta: Erlangga. Halaman 128-129.

Heryanto, Erdiansya.2019 . “*Strategi Komunikasi Pemasaran Pt Hasyim Asyari Trans Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*”. Surabaya.

J, Jemes. *Komunikasi Bisnis Profesional. PT Remaja Rosdakarya*.Bandung 2006.

Jesika, Chrissla. *Target pasar: Definisi, Tujuan dan Cara Menentukanya*.
<http://glints.com/id/lowongan/target-pasar-adalah/> diakses januari 2023

Kinya yasar. *bauran pemasaran 4*. di perbarui mei 2022, www.techtarget.com

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Hendra Teguh (Jakarta:Prenhallindo, 1997)

Kusumastuti, Yatri Inda. *Komunikasi Bisnis*. Kampus IPB. Taman Kencana Bogor IPB Press. 2009

Kusumastuti, Yatri Indah.2009.Komunikasi Bisnis (Kampus IPB Taman Kencana Bogor: IPB Press)

Linda Rosenrance, ”*media*”[http//www.techopedia/.com/media/](http://www.techopedia/.com/media/). diakses januari 2023

Machfoedz, Mahmud. *Dasar-dasar Komunikasi Bisnis*.

Mubarok, Isnan Ramadhan. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram* Skripsi-Institut Agama Islam Negeri Ponorogo-Ponorogo.2021.

Mubarok,Isnán Ramadhan. 2011. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram*,”Skripsi-Institut Agama Islam Negeri Ponorogo-Ponorogo.

N.S. Febriani (2017). *Faktor KebudayaanPendorong Munculnya Loyalitas pada Konsumen Kuliner Kota Kediri JawaTimur*. Jurnal Studi Komunikasi,

Nabila,Eno. *Branding Produk Emiko Coffeebar Sidoarjo Di Era Pandemi Covid-19*. Skripsi- Universitas Sunan Ampel, Surabaya,2021.

Poetra, R. R., & Christantyawati, N. 2017. *ModelAIDA Pola Penggunaan Media Sosialdalam Meningkatkan Kepuasan Penjualandi Toko Online Goldies Hijab*. Jurnal Komunikasi Profesional.

Premesti, Rachmadita Dwi. *Pendampingan Pembuatan Media Promosi Produk UMKM untuk Mendukung Daya Saing Digital Marketing di Era Global pada Komunitas Sahabat UMKM*. Vol. 5, “ Jurnal Abadimas Adi Buana,2022

Priangani, Ade. *Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global*. Jurnal Kebangsaan. Vol.2. No.4. 2013

Prihatiningsih, Witanti. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja*. Jurnal Communication. VIII. Nomor 1. 2017

Priyatna , Soeganda Dan Elvinaro Ardianto. 2009. *Tujuh Pilar Strategi Komunikasi Bisnis* (Bandung: Widya Padjadjaran).

Priyatna, Soeganda Dan Elvinaro Ardianto. *Tujuh Pilar Strategi Komunikasi Bisnis*. Bandung: Widya Padjadjaran, 2009

Purwanto, Djoko. 2006. *komunikasi bisnis*, Erlangga, Jakarta.

Putri, Budi Rahayu Tanama. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar. 2017.
Sucipto, Agus, *Studi Kelayakan BISnis* (Malang: UIN -MALIKI PRES, 2010)

Suhabudin, Ahmad dan rahmi winangsih *Komunikasi Antarmanusia*, Getok Tular, Serang 2012

Yuli Rahmi Pratiwi,” *Pengaruh Word of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Boargame Loungge Smart Cafe Pekanbaru*”,JOM FISIP ,Vol 4 No(. 1 – Februari 2017)

