

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, S. S., & Iswadi. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya. *Technomedia Journal*, 8(3), 1–13. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i3.2087>
- Anggraini, C., Denny,) ;, Ritonga, H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(3), 337–342.
- Ayu Mahardhika Ekanto, C., Nababan, S., & Tinggi Multi Media Yogyakarta, S. (n.d.). *STRATEGI PEMASARAN MELALUI BROSUR MARKETING STRATEGY USING BROCHURE*.
- Bisnis, J., Pemasaran, D., Santosa, S., & Luthfiyyah, P. (n.d.-b). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GAMEFIELD HONGKONG LIMITED*.
- Chandra, A., Nurmala, W., & Thamrin, H. M. (2023b). Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Ekspedisi PT Putra Kalistail Banyuwangi dalam Meningkatkan Pelayanan pada Pelanggan. In *Journal of Economics, Assets, and Evaluation* (Issue 1). <https://economics.pubmedia.id/index.php/jeae>
- Hasmawati, F. (2020). KARAKTERISTIK KOMUNIKATOR YANG EFEKTIF DALAM KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 4(2). <https://www.youtube.com/watch?v=hWDOXgFbCRI>,
- Hermawati, A. (2023b). *Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1>
- Ilmiah, J., & Makna, K. (2020a). *Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi*. 8(1). <https://doi.org/10.30659/jikm.8.1.22-38>
- Jurnal, H., Wulan Sari, N., & Sholiha Rositayani, N. D. (2021). *JURNAL FISIOTERAPI DAN ILMU KESEHATAN SISTHANA PENGARUH MEDIA POSTER DAN POWER POINT TERHADAP PENGETAHUAN LANSIA TERKAIT COVID-19 DI KOTA SEMARANG The Effect Of Media Poster And Power Point On Elderly Knowledge Related To Covid-19 In The City Of Semarang*. 3(2).
- Kangean, S., Rusdi, F., Analisis, :, Komunikasi, S., Shopee, P., & Persaingan, D. (n.d.-a). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam Persaingan E-Commerce di Indonesia*.
- Laura, M. :, & Luzar, C. (2011). *EFEK WARNA DALAM DUNIA DESAIN DAN PERIKLANAN* (Vol. 2, Issue 2).

- Laura Zalfatika Azzahra, Shaneabel Azarya Utomo, Vincentius Alvin Resandy, Salahudin Al Ayubi Arya Wisanggeni, Yudi Wibowo, Arif Yulianto, & Ahmad Khoirul Anwar. (2023). Membangun Kesadaran Kebersihan Dan Semangat Belajar Melalui Desain Poster Untuk MI Di Desa Sindon. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4), 160–171.
<https://doi.org/10.58192/karunia.v2i4.1602>
- Mardiana, S. (n.d.). *PERANAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBENTUK PERILAKU KONSUMEN*.
mrizal1,+245.+Template+Jurnal+JRPP. (n.d.).
- Muhammad, P. :, Ramadhani, M., Ikom, S., Purnamawati, N., Andi, M. I. P., Amir, S., Sulistiani, I., Kom, M. I., Syarifuddin, M. I., Kom, D., Darmawan, M., Kes, D., Putranto, S. E., Halawa, F. A., Kom, S., Arum, I., Rahayu, T., Pd, S., Pd, M., ... Sos, S. (n.d.). *TANTANGAN DAN PELUANG DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN GLOBAL* Penerbit Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Oleh, D. (3031). *PENERAPAN ILUSTRASI DAN DESAIN GRAFIS PADA MEDIA SOSIAL PT SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA GRESIK 2022*.
PENELITAN SKRIPSI Program Strata satu (S-1) dan Diploma (D3) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember 2022. (n.d.).
- PENGARUH MEDIA SOSIAL ONLINE DAN MEDIA PROMOSI OFFLINE TERHADAP PEMILIHAN MEREK PRODUK SKINCARE DAN KLINIK KECANTIKAN*. (n.d.).
- Qadri, M., Provinsi, B., & Tengah, S. (n.d.). *PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN OPINI PUBLIK*.
- Rabbani, A., Ilmu Komunikasi, P., & Ilmu Sosial, J. (2021). *Event Sebagai Komunikasi Pemasaran Untuk Mempromosikan Merek Lokal (Studi Kasus Pada Basha Market) Awang Dharmawan* (Vol. 04).
- Riani Senduk, Yudith Rondonuwu, Hartati Umar, Imaculata Lamonge, Michiko Londok, & Diana Wangania. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Berbasis Online Dalam Meningkatkan Penjualan Di Pasar Bersehati Kota Manado. *CiDEA Journal*, 3(1), 145–155.
<https://doi.org/10.56444/cideajournal.v3i1.1908>
- Rizki, M. (2019b). *STUDI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH PAMFLET GENERASI* (Vol. 6, Issue 3). www.instagram.com/pamfletgenerasi/24/0
- Sukarmin, Y., Jurusan, D., Kesehatan, P., Rekreasi, D., & Uny, F. (n.d.). *PEMASARAN OLAHRAGA MELALUI BERBAGAI f/E/Vr OLAHRAGA*.

- Sukmawijaya, E., & Widiyanti, M. (n.d.). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PADA EVENT OLAHRAGA INDONESIA SPORT EXPO & FORUM 2019. *Jurnal Ilmu Keolahragaan*, 19(2), 174–181.
- Syahputra, R. A., Dwi Cahya, F., & Adrian, A. (n.d.-b). REPRESENTASI MAKNA BUDAYA KEKELUARGAAN PADA SALAH SATU IKLAN IKEA EDISI “NIKMATNYA KEBERSAMAAN.” In *Seminar Nasional Desain dan Media*.
- Tantangan Masa Depan, dan. (n.d.). *Media, Komunikasi, dan Jurnalistik di Era Digital*.
- Trisdiyati, A. M. S., & Sari, R. P. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Event PERSIS E-Sports. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 4(1).
<https://doi.org/10.20885/cantrik.vol4.iss1.art6>
- Wahyono, D., Gregorius Jarot Windarto, Anto Tulim, Yayuk SuprihartinI, & Taryana Taryana. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(5), 1983–1990.
<https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i5.1510>
- Widuri, A. F., & Dewi, C. K. (2023). Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Myrubylicious Fashion Store. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 8(1), 112–121. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i1.2178>