

DAFTAR PUSTAKA

- A. Sukrillah, IA Ratnamulyani, dan AA Kusumadinata, “Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi”, (Jurnal Komunikatio, Vol. 3, No. 2, Oktober 2017).
- Abdel Fakkar Albanteni, Strategi Promosi Pemasaran Objek Wisata Tanjung Lesung Pada Masa Covid-19 (Skripsi Pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2022).
- Ahmad Setiadi, Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi, Jurnal AMIK BSI Karawang.
- Anang Firmansyah, Komunikasi Pemasaran, (Jawa Timur : CV. PENERBIT QIARA MEDIA).
- Aniesa Samira Bafadhal, Perencanaan Bisnis Pariwisata (Malang : Media Nusa Creative, 2021).
- Arum Dara Efda, dkk., Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Pandemi Covid-19 pada Akun @pandemictalk, (JIKA Vol 10 No 1, Maret 2023).
- Charmaine du Plessis, “The Role of Content Marketing in Social Media Content Communities”, (South African Journal of Information Management : South Africa, 2017).
- Dea Farahdiba, Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi, (Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, Vol.8 No.1, 2020).
- Dina Mizanie, Irwansyah, “Penggunaan Social Network Site (SNS) Sebagai Media Pemasaran Gerilya Digital”, (Jurnal Komunikasi, Vol 10 No.2 September 2019).
- Dini Sri Anggraeni, Analisis Keberhasilan Penggunaan Media Sosial Terhadap Penelitian Mahasiswa, (Skripsi Pada Prodi Sistem

Informasi, Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

Dini Sri Anggraeni, Analisis Keberhasilan Penggunaan Media Sosial Terhadap Penelitian Mahasiswa, (Skripsi Pada Prodi Sistem Informasi, Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

Djam'an Satori dan Aan Komariah, "Metodologi Penelitian Kualitatif" (Bandung: Alfabeth, 2010).

Dr. Rukin, S. M, Metodologi Penelitian Kualitatif (revisi ed.). (A. Rofiq, Penyunt.) (Surabaya : CV. Jakad Media Publishing, 2019).

Eka Dewi Utari, dkk., Manfaat dan Dampak Aplikasi Media Sosial dalam Kajian Analisis Konten, Jurnal Dosen dan Mahasiswa Program Studi Magister Teknologi Pendidikan Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya.

Erika Dwi Setya Watie, Komunikasi Dan Media Sosial (Communication And Social Media), THE Messenger, Volume III, Nomor 1, Edisi Juli 2011 (Semarang : 2011).

Firda Ramadayanti, Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk, (Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, JSMB Vol.6 (2), 2019).

Hafied Cangara, Perencanaan Dan Strategi Komunikasi edisi Revisi, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2013).

Hafied Cangara, Perencanaan Dan Strategi Komunikasi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).

Hairunnisa, Buku Ajar Pengantar Humas, (Sidoarjo : Indomedia Pustaka, 2018).

Havizah Khairunnissa, Strategi Komunikasi Pemasaran Media Online Biem.Co, (Skripsi Pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah. Universitas Islam Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2021).

Heni Rohaeni, Peranan Promosi Dalam Personal Selling Terhadap Volume Penjualan, Vol. IV (Bandung : Ecodemica, 2016).

Holilul Rahman, “Implementasi Pemasaran Langsung (Direct Marketing) Pada Toko Bangunan UD.Banyuanyar Di Kabupaten Pamekasan” (Skripsi Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018).

<https://berita.upi.edu/etika-digital/>

<https://bitebrands.blogspot.com/2013/11/pengertian-dan-bentuk-bentuk-komunikasi-pemasaran.html>

<https://hisham.id/ilmu-komputer/pertanyaan-bagaimana-simulasi-komputer-mengubah-ilmu-sosial.html>

https://id.wikipedia.org/wiki/Pandemi_Covid-19

<https://idcloudhost.com/kamus-hosting/network>

<https://independent.academia.edu/indrasuhendra1>

<https://surfingkomunikasi.blogspot.com/2015/10/interactivity-demassification.html>

<https://www.dewaweb.com/blog/apa-itu-ugc/>

<https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pariwisata-pengertian-unsur-bentuk-dan-jenis-wisata.html>

<https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/19/120000769/bagaiman-a-proses-komunikasi-pemasaran->

Icshan Widi Utomo, Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan di BSI Pemuda), (Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 1, Maret 2017).

Iman Paul, Smaraki Mohanty, Rumela Sengupta, “The Role of Social Virtual World in Increasing Psychological Resilience During

the on-going COVID-19 Pandemic”, (United States : Journal Computer in Human Behavior , 2021).

Indra Permana, “Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten Di Era Covid-19” (Skripsi Pada Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, 2021).

Ismawati Doembana, Abdul Rahmat, Muhammad Farhan, Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2017).

Izyan Alif Aini, Startegi Komunikasi Pemasaran Adipati Wedding Organizer Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Kota Kediri (Skripsi Pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2022)

Kalvin Langi, “The Influence of Brand Recognition, Brand Recall, and Top of Mind to Consumer Buying Decisio”, (Jurnal EMBA, Vol. 1 No.4, 2013).

Kusuma Dewi, Kristin Indahwati, Lusi Febrianti, “Microblog Dan Mobile Learning: Inovasi Metode Pembelajaran Dalam Mneingkatkan Creativity Skill”, (Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha, Vol.9, No.3, November 2021).

Lexy J.Melong, “Metodologi Penelitian Kualitatif” (Jawa Barat : Bandung Remaja Rosdakarya, 2011).

Lexy J.Melong, “Metodologi Penelitian Kualitatif” (Jawa Barat : Bandung Remaja Rosdakarya, 2011).

Maghfiroh, Arivatu Ni'mati Rahmatika, Strategi Pengembangan Wisata Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Pada New Normal (Studi Kasus Di Agrowisata Bale Tani Jombang), Youth & Islamic Economic Journal, Vol 02 No 01s : (Bulan Mei 2021)

Marsudi, “Strategi Komunikasi Pemasaran Interaktif Ciewie Batik Dalam Customer Engagement”, Vol XII NO.1, (Jakarta Pusat : Komunikasi, 2018).

- Mehreen Khuram, Faisal Qadeer, Muhammad Sheeraz, "The Role of Brand Recall, Brand Recognition, Consciousness in Understanding Actual Purchase", (Journal of Research in Social Sciences, Vol.6 Number 2, 2018).
- Morissan, Manajemen Public Relation Menjadi Humas Profesional, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2008).
- Morissan, Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Jakarta : KENCANA, 2010).
- Morrison, Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, (Jakarta : Kencana, 2010).
- Muhammad Afiq Burhani, Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan, (Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, 2020).
- Muhammad Rakib, dkk, Strategi Pemasaran Bisnis, (Jawa Barat : PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA, 2022).
- Muslikhah Dwi Hartanti, Konsep Arsip dan Kearsipan, Makalah pada Pengabdian Masyarakat, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nufian S Febriani, Wayan Weda Asmara Dewi, Teori Dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu (Malang : UB Press).
- Nur Annisa S. Laruddin, Strategi Komunikasi Pemasaran PT Maxx Coffee Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cabang Kota Kendari (Skripsi Pada Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, 2021).
- Nursapiah, Penelitian Kualitatif, (Sumatera Utara : Wal Ashri Publishing , 2020).
- Pratiwie Nirmala Dewi, dkk, Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi, JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan) Volume 17 Nomor 2/Agustus (2021).

- Pricilia Linda Agustina “Analisis Strategi Promosi dan Pelayanan Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Masa Covid-19 Di Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi Pada Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021).
- Rachmat Kriyantono, “Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Prkatis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran” (Jakarta : KENCANA PRENADAMEDIA GROUP, 2006).
- Rachmat Kriyantono, “Teknik Praktis Riset Komunikasi” (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006).
- Rahayu Oktavia Asy’ari, Makalah Bahasa Indonesia Pengertian Covid-19 Dan Bentuk Partisipasi Dalam Memerangnya, (Makalah pada Prodi Manajemen Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Surabaya).
- Redi Panuju, Komunikasi Pemasaran : Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Gejala Pemasaran (Jakarta : Kencana, 2019).
- Reza Rizki Prasetyo, “Bentuk-bentuk Komunikasi Komunikasi Pemasaran Yang Digunakan Dalam Program Telkonsel School Community Oleh Telkonsel Surabaya”, Vol. 4 No. 2 (Surabaya : Commonline Departemen Komunikasi).
- Riani, “Komunikasi Efektif”, (Gowa : Pustaka Taman Ilmu, 2021).
- Rina Ayu Vildayanti, “Analisis Strategi Brand Awareness (Top Of Mind, Brand Recall, Brand Recognition, Unaware Of Brand) Sepeda Motor Piaggio Vespa Di Jakarta”, (Relasi Jurnal Ekonomi, Vol. 15 No.1, 2019).
- Sally Meutihia Febrian, Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zara Studi pada Konsumen Zara Sun Plaza Medan (Skripsi Pada Prodi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara Medan, 2018).

- Sandra Oliver, Strategi Public Relations, (Jakarta: Erlangga, 2007).
- Shimp, Terence A “Periklanan dan Promosi” (Jakarta:Erlangga). https://id.m.wikipedia.org/wiki/komunikasi_pemasaran
- Siti Nurarifah Jamil, Dkk., Keluarga Tangguh Melawan Pandemi Covid-19 (Serang : Media Madani, 2021).
- Stella Margareth, Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Brand Awareness Hotel Grand Keisha By Horison Yogyakarta (Skripsi Pada Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2019).
- Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D” (Bandung : ALFABETA CV, 2016).
- Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D” (Bandung : ALFABETA CV, 2016).
- Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D” (Bandung : ALFABETA CV, 2016).
- Suwanto, Komunikasi Pemasaran Kontekstual, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017).
- Teguh Widodo dan Dhea Rakhmawati, Peran Brand Trust dan Brand Reputation dalam Memperkuat Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Performance Kasus Pada Langit Musik, (Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO), Vol 12 No.3, Desember 2021).
- Tio Prasetyo, Reni Hariyani, “Perencanaan Keuangan Pribadi dalam Persiapan Menghadapi Ancaman Resesi Ekonomi 2023” (Ecodemica : Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan) Volume 7 No 1 (2023).
- Titin Triana, Corona VS Covid-19, (Jawa Barat : Penerbit Adab CV Adanu Abimata, 2020).
- Wawan W Efendi, COVID-19 Become a Fully Human Again, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2020).