

## DAFTAR PUSTAKA

- Alontari, Y. (2022). Strategi Pemasaran di Era Digital dalam Membangun Brand Awareness Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 323–332.
- Batat, W. (2019). *Experiential Marketing: Consumer Behavior, Customer Experience and The 7Es*. Taylor & Francis.
- Bisyri, M., & Matandatu, C. D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Teraskita Hotel di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 54–65.
- Boentoro, Y., & Paramita, S. (2020). Komunikasi Pemasaran Viral Marketing (Studi Kasus Kopi Kwang Koan). *Prologia*, 4(1), 141–146.
- Cahya, K. D., & Wisnubrata. (2023). *3 Tips Memilih Sepatu agar Lebih Lama Dipakai*. Databoks. <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/01/23/092252720/3-tips-memilih-sepatu-agar-lebih-lama-dipakai?page=all>
- Chrismardani, Y. (2023). Buku Referensi Konsep dan Praktek e-Word of Mouth (e-WOM). In N. Andriani (Ed.), *Eureka Media Aksara*. Eureka Media Aksara.
- Coles, L. (2014). *Marketing with Social Media: 10 Easy Steps to Success for Business*. Wiley.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mix Methods Approaches* (Vol. 4). SAGE Publications.
- Danacı, E. Ş. (2023). Word of Mouth Marketing (WOMM). In *The Essentials of Today's Marketing* (hal. 197–212). EFE Academy Publishing.
- Databoks. (2023a). *Berapa Kali Rerata Konsumen Indonesia Membeli Sneakers dalam Setahun?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/01/berapa-kali-rerata-konsumen-indonesia-membeli-sneakers-dalam-setahun>
- Databoks. (2023b). *Perempuan dan Laki-Laki Punya Preferensi Jenis Sneakers yang Berbeda, Ini Hasil Surveinya*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/01/perempuan-dan-laki-laki-punya-preferensi-jenis-sneakers-yang-berbeda-ini-hasil-surveinya>
- Fandila, B., & Agus, F. (2024). Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran di Daerah Pedesaan. *KONSENSUS: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(3), 56–67.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Gil, P. (2020). *What Is X (Formerly Twitter)?* Lifewire. <https://www.lifewire.com/what-exactly-is-twitter-2483331>
- Ginting, T. S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mengembangkan Pariwisata Di Danau Toba: Studi Kasus Badan Koordinasi Pelestarian

- Ekosistem Kawasan Danau Toba (BKPEKDT). *SEMAR: Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 25–32.
- Glenister, G. (2021). *Influencer Marketing Strategy: How to Create Successful Influencer Marketing*. Kogan Page.
- Hennessy, B. (2018). *Influencer: Building Your Personal Brand in The Age of Social Media*. Citadel.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Hofacker, C. F. (2018). *Digital Marketing: Communicating, Selling and Connecting*. Edward Elgar Publishing.
- Holman, J. (2019). *Millennials Tried to Kill the American Mall, But Gen Z Might Save It*. Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-04-25/are-u-s-malls-dead-not-if-gen-z-keeps-shopping-the-way-they-do>
- Humaira, A. (2020). *Spire Insight: Industri Sepatu Indonesia Potensi Besar Produk Dalam Negeri*. Techno Business Media.
- Khairunnisah, N. A., Maryanti, S., Sukmana, F. H., Putri, S. W. E., & Andrayana, G. (2022). Pelatihan Digital Marketing melalui UMKM didesa Ombe Baru Kecamatan Kediri Nusa Tenggara Barat. *Abdi Masyarakat*, 4(2), 201–204.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4. 0 : Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Latief, R. (2019). *Word of Mouth Communication: Penjualan Produk*. Media Sahabat Cendekia.
- Lesmana, I., & Arswendi, R. (2022). Evaluation of Marketing Communication Activities of PT. Multi Flashindo Karisma in Increasing Sales of Commercial Kitchen Equipment Products (Case Study at PT. Multi Flashindo Karisma Period 2017-2019). *Jurnal Komunikasi Korporasi & Media (JASIMA)*, 3(1), 74–101.
- Lukito, A. R., Utamidewi, W., & Nayiroh, L. (2022). Pola Komunikasi Komunitas Game Online Forza Horizon 4 (Studi Etnografi Virtual Mengenai Pola Komunikasi Dalam Grup Discord). *JURNAL HERITAGE*, 10(1), 17–26.
- Magdalena, E. C. R., & Pamungkas, I. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital pada Pelaku Usaha Mikro Batik Hasan di Jawa Barat. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 360–367.
- MarketeersTV. (2024). *Influencer Marketing Report 2023*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=4ISEf16JoZc>
- Maula, M. N., & Hidayati, U. (2023). Strategi komunikasi pemasaran Kebun Binatang Gembira Loka di media sosial instagram@ glzoojogja. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(4).
- Maulana, A., & Putra, A. R. (2020). *Strategi E-commerce*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755.
- Nurhayati, S., & Azhar, A. A. (2023). The Fear of Missing Out (FoMO) Phenomenon in the Use of Instagram in Communication Science Students of UIN North Sumatra. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(1), 100–109.
- Ompusunggu, W. B., & Haryanto, H. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat untuk Membeli Produk Sepatu di Kota Batam dengan Variabel Loyalitas Merek, Ekuitas Merek, Kesadaran Merek, dan Persepsi Kualitas. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 8212–8224.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Prenada Media.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(3), 29–37.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Saputra, H. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Franchise Traffic Bun Dalam Meningkatkan Customer Pada Instagram@ trafficbun*. id. Universitas Nasional.
- Smith, K., & Hanover, D. (2016). *Experiential Marketing: Secrets, Strategies, and Success Stories from the World's Greatest Brands*. Wiley.
- Susilo, D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Deposito Online Bank Sinarmas Kantor Cabang Surabaya. *Precious: Public Relations Journal*, 1(1), 42–70.
- Trigani, I., & Tobing, R. P. (2022). Pengaruh Social Media Advertising dan Electronic Word Of Mouth terhadap Brand Trust Produk Sepatu Lokal. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(2), 46–59.
- Tuten, T. L. (2023). *Social Media Marketing*. Sage Publications Limited.
- Wibowo, A. (2022). *Influencer, Digital Marketing*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wulandari, T., & Anisyahrini, R. (2023). Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Marketing Di Neostation Creative Center, Live Cooking And Coffee Bar. *ijd-demos*, 5(3), 300–306.
- Yesiloglu, S., & Costello, J. (2021). *Influencer Marketing: Building Brand Communities and Engagement*. Routledge.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research*. Sage.
- Yupi, Y., & Putri, A. H. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. *KOMVERSAL*, 5(1), 70–92.