

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, M., Ari Kuncoro Yakti, Y., & Sunarya, L. (2012). Desain Media Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Kampus. In *Jl. Jendral Sudirman No. 40 Cikokol-Tangerang* (Vol. 1).
- Chandra, U. Y. (2023, December 8). *Media Sosial sebagai Alat Promosi yang Efektif – School of Information Systems*.
<https://sis.binus.ac.id/2023/12/08/media-sosial-sebagai-alat-promosi-yang-efektif/>
- Dewi, S. N., Ambulani, N., Tiong, P., Nurhayati, Dewi, P. L. D. R., Susanti, D. R., Ohorella, R. N., Ruddion, I., & Utomo, B. S. (2023). *KOMUNIKASI PEMASARAN (Konsep Dan Strategi)*. Sumatera Utara: YAYASAN LITERASI SAINS INDONESIA
- Firmansyah, A. M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Qiara Media
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: UMSIDA Press
- Kurniawan, R., & Arqy Ahmadi, M. (2024). PT. Media Akademik Publisher
 PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBIASAAN BELANJA KONSUMEN BAGI GENERASI X Y Z. *JMA*), 2, 3031–5220.
<https://doi.org/10.62281>
- Nanda Barizki, R., & Apriani, Y. (2024). *STRATEGI KONTEN KREATIF DOTEENS DALAM MENINGKATKAN AUDIENCE ENGAGEMENT MELALUI INSTAGRAM* PENULIS 1). 5(1), 29–36.
<https://doi.org/10.55122/kom57.v5i1.1255>
- Nanda, C. S. (2022). Analisis Marketing Communication dalam Membangun Brand Image melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus pada Kopiria Samarinda). *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(2), 166–180.
<http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/index>
- Putra, Y., Santoso, P. Y., & Rama Adhypoetro, R. (2021). Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>

- 
- Tarigan, A. A. (2022). Peran Copywriting Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Terhadap Produk West Burger. *JIMSIPOL*, 2, 1–10.
- Tulasi, D. (2012). *MARKETING COMMUNICATION DAN BRAND AWARENESS*. Dominikus Tulasi.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA