

DAFTAR PUSTAKA

- Bilgies, A. F. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Distro Mayang Madu Paciran Lamongan. *Journal of Management and Accounting*, 9(1), 188.
- Faizin, M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Produk Jasa Bordir Pada Cv. Aditama Di Kota Surabaya. *Jurnal Mahasiswa*, 4(1), 86.
- Girsang. (2020). Pemanfaatan micro-influencer pada media sosial sebagai strategi public relations di era digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 225.
- Handaruwati, I. (2023). Pertimbangan Konsumen Dalam Memilih Kuliner. *Jurnal Eco Entrepreneur*, 6(1), 154.
- Handayani. (2023). Implementasi Sosial Media Influencer terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 47.
- Handayani, S., & Antono, M. W. (2020). Hubungan Lokasi Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Pada Pt. Graha Estetika Property Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 156.
- Hanindharputri. (2021). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand. In *Sandyakala: Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, Dan Desain*, 5(2), 67.
- Hermawati. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran).

Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital, 1(1), 67.

Idris, M. I., Purnamasari, E., & Ningsih, E. S. (2023). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Crab Food Mc Di Kelurahan Teluk Lerong Ulu Kota Samarinda Kalimantan Timur.

Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 3(2), 519.

Iffada. (2024). Pemetaan Model AISAS Dalam Kampanye Film" Pengabdian Setan 2: Communion. *Jurnal Desain*, 3(2), 15.

JanuarIda Wibowati. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 6(2), 384.

Kartikasari. (2022). Pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap ekuitas merek. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 67.

Kuncoro, E. B. (2004). *Akuarium Laut*. Kanisius.

Kurriwati, N. (2022). Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Relationship Marketing. *Jurnal Eco Entrepreneur*, 11(2), 246–249.

Lestari, S. P. (2023). Hubungan Komunikasi Pemasaran Dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Produk. *Jurnal Interaksi*, 2(1), 122.

Muhit, & Abdul. (2024). Strategi Promosi Pariwisata Provinsi Banten melalui Instagram: Analisis Berdasarkan Teori AISAS. *Jurnal Teknologi Dan Sains Modern*, 13(2), 145.

Nursyamsi, S. E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Toska Fashion Dalam Meningkatkan Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Ikon-Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 154.

- Oktaviani, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau). *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau*, 2(1), 245.
- Pradika, D. R. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis Influencer Pada Instagram Cleo Oxygen Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness. *E-Journal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 9(2), 180–188.
- Prasetya. (2020). Self-presentation dan kesadaran privacy micro-influencer di instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(1), 56.
- Priska, A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Prasecond Dalam Meningkatkan Penjualan. *Journal Sains Student Research*, 2(1), 135.
- Purnama, W. (2023). Komunikasi visual melalui foto produk untuk meningkatkan nilai jual produk umkm. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(2), 25.
- Ratnasari, N., & Eva, P. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 5(1), 66–78.
- Rijadi, M. F., & Hidayat, I. (2021). Pengaruh Promosi, Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(2), 27–35.
- Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Furnilux Indonesia.

Jurnal Bisnis Kolega, 8(1), 75.

Subhan, M., & Fatmala, C. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Susu Anlene Pada PT. Fonterra Brands Indonesia Cabang Jambi. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Ekonomi Syariah UIN Sulthan Thahah Saifuddin Jambi*, 4(1), 1–15.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Triznawati, A., & Khairunnisa, K. (2020). Strategi Marketing Mix Guna Meningkatkan Penjualan Pada Mini Market Z-Mart Banjarbaru. *Kindai*, 14(3), 138.

Wijaya, F. (2021). Pengaruh Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron Pada Pt. Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan). *Jurnal Darma Agung*, 10(2), 268.