

DAFTAR PUSTAKA

- A, Joseph, D. (2011). *Komunikasi Antarmanusia*. Karisma Publishing Grup.
- Ayu, I. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF GOJEK DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN (Studi Kasus Gojek di Wilayah Ponorogo)*.
- Aviliani, F. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Ojek Syari. *Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*
- Bungin, B. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Kencana Prenada Media Group.
- D, M. (1987). *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar, diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram*. Erlangga.
- D, M. (2011). *Teori Komunikasi Massa (Ed 6)*. Salemba Humanika.
- Fiske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, M.A (2019). *Pemasaran:Dasar dan Konsep*. Penerbit Qiara Media.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. PT Gelora Aksara Pratama.
- Istiqomah, N. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA SAMBEL LAYAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*.

- Kotler, Philip. Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta.
- Nufus, H. (n.d.). *Pola Komunikasi Driver Gojek pada Customer di Kota Bandar Lampung, Universitas Lampung, . 2018.*
- Ningrum, Ira. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Memasarkan Produk Cemilan Kerupuk Singkong Samiler “SAMIJALI” Di UMKM Eks Lokalisasi Dolly. *Ikraith-Humaniora, 1*, 69-70.
- Retno, T. A. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran Butik Online Melalui Facebook*. Universitas Airlangga Surabaya.
- Retno, T. A. (2012). Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Online Melalui Facebook. Skripsi Departemen Komunikasi Fisip Universitas Airlangga. Surabaya.
- Ratna. (2018). Kajian Etnografi terhadap Komunitas Cyber DBC Network. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 7*(2), 54–63.
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jtik/article/view/774/pdf>
- Ruslan, R. (2005). *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relation*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi, 16*, 71-90.

Ulfa, F. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI AGEN HIJAB SALATIGA DALAM MENINGKATKAN MINAT MEMBELI HIJAB*.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan sosial media. *Jurnal the Messenger*, 2, 69–74.

Widyakusuma, E. (2012). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Nokia Indonesia Dalam Membangun Brand Awareness Konsumen Pada Smartphone Nokia Seri Lumia. *Journal Univ Airlangga*, 1 (2).