

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anwar, Muchlis. (2014). *The Art of Communication*. Jakarta: Bestari.
- Ardianto, E. (2014). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Cangara, H. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. Hafied. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Effendy, Unong Uchjana. (2006). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Halik, Abdul. (2012). *Komunikasi Massa*. Makassar: Alauddin University Press.
- Kennedy, E Jhon. (2006). *Marketing C0mmunication, Taktik dan Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Popular.
- Kotler, Philip. (2006). *Management Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2011). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Prisgunanto. (2006). *Komunikasi Pemasaran Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Purnama, Lingga. (2004). *Strategic Marketing*. Jakarta: Gramedia.

Soemanagara, Kennedy. (2006). *Marketing Communication, Taktik dan Strategi*. Jakarta: Gramedia.

Soemirat, Arianto. (2004). *Dasar- dasar Public Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. (2008). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Utama.

Wahyuni, Isti Nursih. (2013). *Komunikasi Massa*. Serang: Graha Ilmu.

Jurnal dan Skripsi

Hennita, Gisela, dkk. (2020). Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Frelynshop Dalam Meningkatkan Brand Image. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume III, No. II, 227-240.

M. A. , Hasrullah. (2013). *Beragam Perspektif Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mauliga, M. Iga & Retnasary, Maya. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial Vol.4 No.1*, 23-38.

Qoonit, F. (2020, desember 2). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media.

S. Anshori, Muhammad & A. Hajar, Siti. (2021). Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial Volume : 1 No.2 (2021) E-ISSN : 2747-2752 / P-ISSN : 2774-5686*.

Sholihat, I. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Gerakan Pemuda Hijrah Dalam Berdakwah.

Wiriaditi, Ratu Balqis & Sudibyoy, AG. (2020). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Image PT. Brodo Ganesha Indonesia. *Journal of Creative Communication*, Vol. 2, No. 1, Th 2020, 51-72.

