

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A, Shimp, Terence .2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.
- Agung, Kurniawan. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta. Penerbit Pembaharuan.
- Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Hanbook Tips Fotografi Ponsel*. (Jakarta: Media Kita, 2012), 9.
- Bungin, Burhan, 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencan Prenada Media.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002). h. 257.
- Amiruddin, 2016. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Parama Ilmu. h. 61-62
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. h. 19
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya. h. 5
- Danandjaja. 2011. *Peran Humas Dalam Perusahaan*, Graha Ilmu, Jakarta.h. 45
- Firmansyah. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Kiara Media. (1-3).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta.
- Kennedy, Soemanagara, “*Marketing Communication Taktik dan Strategi*”, (Jakarta:PT Buana Populer kelompok Gramedia 2006), h 43
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Siyanto, 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Literasi Media Publishing.

Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalitik : Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Sarwono, J. Dan Prihartono,K. (2012). *Perdagangan Online: Cara bisnis diInternet* : Elex Media Koputindo

Wiryanto. 2008. *Pengantar Ilmu komunikasi*. Jakarta : PT Grasindo.h.6

Modul

Bouk, Hendrik, 2017 *Pengantar Ilmu Komunikasi, Bahan Ajar Di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP*, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Jurnal

Annisa Puspasari, Hermawati Tanti. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran melalui media sosial dalam meningkatkan brand awareness*. Universitas sebelas maret Surakarta

Azzahrani. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam Pesona Indonesia melalui Youtube*. Jurnal Manajemen Komunikasi. Volume 2(2):152-154.

Azzahrani. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam Pesona Indonesia melalui Youtube*. Jurnal Manajemen Komunikasi. Volume 2(2):47-51.

Elly Herlyana, "Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda", dalam Jurnal Thaqafiyat Vol. 13, No. 01.

Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). *Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFE)*. Journal of Management, 2(2).

Fauzi, Ahmad, I. Nengah Punia, and Gede Kamajaya. "Budaya nongkrong anak muda di Kafe (tinjauan gaya hidup anak muda di Kota Denpasar)." *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)* 3.5 (2017): Vol.40-47.

Girsang, D., & Sipayung, N. L. (2021). *Peran Instagram terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata bukit indah simarjarunjung Kabupaten Simalungun (pasca pandemi covid-19)*. Jurnal Darma Agung, 29(3), 416-428.

Hamid Edy. 2011. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi Pembangunan. Volume 12(1), :42- 43

- Herlyana, Elly. 2012. *Fenomena Coffe Shop Sebagai Gejala Hidup Baru Kaum Muda*. vol 3 (hal 190):Thaqafiyat 2 .
- Kurniawan A, Ridlo MR. *Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi*. *J Sosiologi DILEMA*. 2010;32(1):9-21.
- Lusiyana Inda. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kitty Hijab Di Media Sosial Instagram*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Mahendra, Bimo. 2017. *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)*. Dalam Jurnal Visi Komunikasi Vol. XVI. No.01, p. 151 – 160.
- Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo)*. *Jurnal Ilmiah Edunomika*. Vol.3, No 01.
- Mubarok, Fikri Shofin. "Pemanfaatan New Media untuk Efektivitas Komunikasi di Era Pandemi." *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* 10.1 (2022): 28-42.
- Murdiyanto. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen*. Volume 17(2): 174-175.
URL: <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/629/33> 5.
Diakses 16 November 2023. Pukul 21:25 wita.
- Muqsith, Munadhil Abdul. "Teknologi Media Baru: Perubahan Analog Menuju Digital." *ADALAH*. Vol. 5, No. 2 (2021): 33-40.
<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/adalah/article/download/17932/9163>
- Sapitri, I. D. (2020). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keterampilan Kewarganegaraan (Civic Skills) Peserta Didik* (Doctoral Dissertation, Fkip Unpas).
- Suka, Enda Aulia Akbar Ginting, and Suwardi Lubis. "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan." *Network Media* 2.2 (2019): 1-27.

Skripsi

- Wahyuni . 2019. *Penggunaan instagram sebagai media pemasaran online*. Universitas pacundan. URL <http://repository.unpas.ac.id/43884/2/7.%20Bab%20II.pdf>.
- Asyari Khaerunnisa. *Penggunaan Instagram Dalam Ekspresi Diri (Fenomena Sosial Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin)*. UNIVERSITAS HASANUDDIN. 2021:1617.
URL: <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/17559/>

Internet :

Media Sosial – Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia bebas dalam http://id.m.Wikipedia.org/wiki/Media_sosial, diakses pada tanggal 7 November 2023 “Sejarah Perkembangan Instagram” (On-line), tersedia di: <https://buzzup.id/sejarah-instagram/>, diakses pada tanggal 7 November 2023

Pengguna instagram, tersedia di: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram>, diakses pada tanggal 7 November 2023

Media Sosial – Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia bebas dalam http://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_sosial, diakses Pada tanggal 1 Desember 2023.



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114
Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 663/WM.H16/SK.CP/2024

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Julia Antanina Besin
NIM : 43120070
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing : 1. Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos,M.I.Kom
2. Pater Hendrikus Saku Bouk, SVD,S.Fil,MA
Judul Tesis : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS
PADA AKUN INSTAGRAM KEDAI KOPI
@OOSTEN.CO)**

Tesis yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar 17 (Tujuh Belas) %.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 24 Juli 2024

Kepala UPT Perpustakaan,


Silvester Suhendra, S.Ptk