

DAFTAR PUSTAKA

- Appasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. *Metode Penelitian Sosial*, 33.
- Badri, M., & Antin, T. (2015). Adopsi Inovasi Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau (Studi Kasus Konsentrasi Public Relations). *Jurnal Risalah*, 26(4), 183-196.
- Brogan, C. (2010). *Social media 101: Tactics and tips to develop your business online*. John Wiley & Sons
- Daud, D. (2013). Promosi dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Effendy, O. U. (2015). Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi. *Bandung: PT. Citra Aditia Bakti*.
- Ernayani, R., GS, A. D., Tarigan, N. P., Lestari, W., & Timotius, E. (2021). Kajian fenomenologi pemasaran digital agen properti melalui medium instagram. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(3), 260-269.
- Fahmi, R. A., Mutiah, S., & Kom, M. I (2023) Komunikasi Pemasaran Model Aisas (Attention, Interest, Search, Action Share) Dalam Strategi Membangun Reputasi Brand DailyHotels.id. *The Commercium*, 7(1), 190-198
- Frederica, T., & Oktavianti, R. (2023). Pemanfaatan Media Digital sebagai Sarana Pemasaran Perusahaan Properti. *Prologia*, 7(2), 379-389.
- Fitriani, A. N., & Zuhri, S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Optimum Nutrition Melalui E-Marketplace pada Paska Pandemi. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 8635-8645
- Hambali, H., Astrid, G., & Utari, Y. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penginap Di Hotel Best Skip Palembang. *Jurnal Studi Sosial Dan Politik*, 2(1), 44-55.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (Sebuah studi literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133-146.
- Hermawan, D. A. (2012). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Earning Per Share Dan Net Profit Margin Terhadap Return Saham. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Industri, E. R. A., Irfani, Hadi, Yeni, Fitri, & Wahyuni, Rika. (2020). Pemanfaatan Digital Sebagai Marketing Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi. 3(3), 651-659.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing, 15th edn, Global Editions*. Boston, MA.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Kovanoviene, V., Romeika, G., & Baumung, W. (2021). Creating value for the consumer through marketing communication tools. *Journal of competitiveness, 13*(1), 59-75.
- Laksana, P. B. (2015). *Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Melalui City Branding (Studi Pada Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kota Surakarta) Doktoral dissertation, Brawijaya University*
- Lolowang, I. R. A., Maramis, J. B., Saerang, D. P. E., Datulong, L. O. H., & Soepeno, D. (2022). Pola Baru Komunikasi Pemasaran Properti Pasca Pandemi: Sebuah Studi Kasus Penelitian Kualitatif pada AKR Land Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 10*(2).
- Machfoedz, M., (2015). *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi (1st ed.)*. Yogyakarta: BPFE.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi. Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu. Yogyakarta.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara, 2*(1), 1-9.
- Moleong, L. J. 2019. *Meleong. Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya)
- Nasrullah, R. (2015). Perundungan siber (cyber-bullying) di status facebook divisi humas mabes polri. *Jurnal Socioteknologi, 14*(1), 1-11.
- Pandiangan, P., & Martini, I. A. O. (2020). Digital Marketing Strategy of Property Agents in The New Normal Era. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 7(3).
- Pandiangan, P., & Martini, I. A. O. (2021). Digital Marketing Strategy of Property Agents in The New Normal Era. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 7(3).
- Pangestika, N. L. (2018). *Pengaruh pemanfaatan media sosial whatsapp terhadap penyebaran informasi pembelajaran di SMA Negeri 5 Depok* (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

- Pertiwi, M. P., Isnaini, M., & Girsang, L. R. M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan Brand Addiction. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 253-266.
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. (2005). Perilaku konsumen.
- Prasanti, E., Zuhri, S., Achmad, Z. A., & Tutiasri, R. P. (2023). Impelementasi Teori AISAS dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital@ stripesmestore di Instagram. *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3017-3022.
- Putri, A. V., & Ali, D. S. F. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Shop Kopi Tuli. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 95-108.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51-65.
- Romansyah Sahabuddin, M. I., Idrus, M. I., & Hamsyah, A. K. (2022). Pottery Marketing Competitive Strategy in Pattallassang Sub-district Takalar Regency, Indonesia. *Specialusis Ugdymas*, 1(43), 11075-11088.
- Ryan, D., & Jones, C. (2011). *The best digital marketing campaigns in the world: mastering the art of customer engagement*. Kogan Page Publishers
- Santo, (2023) Komitmen Linktown Pasarkan Proyek Properti Milik Sinar Mitbana Mas. <https://kabarproperti.id/komitmen-linktown-pasarkan-proyek-properti-milik-sinar-mitbana-mas>
- Suprpto, T. (2011). *Pengantar ilmu komunikasi dan peran manajemen dalam komunikasi*. Caps.
- Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17-26.
- Silalahi, U., & Atif, N. F. 2015. Metode penelitian sosial kuantitatif.
- Shimp, T. A. (2000). Advertising promotion. *Supplemental Aspects of Integrated*, 4, 245-273
- Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R & D, Bandung.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: 9 Lessons for Innovation in Marketing from the World's Leading Advertising Agency*. McGraw-Hill.
- Turner, K., McDonald, H., & Shaw, R. (2008). Outbound cause-related marketing at the West Coast Eagles: measuring awareness and impact.

Umardin, U. 2021. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Air Mineral Narmada (*Studi Kasus Sekitar Wilayah Toko Univeristas Muhammadiyah Mataram*) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).

Wibowo, W. (2022). *Konsep Tindak Tutur Komunikasi*. Bumi Aksara

Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).

Yanita Petriella (2020) Pailit & PKPU di Industri Properti Sama-sama rugikan Konsumen. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201117/47/1319005/pailit-pkpu-di-industri-properti-sama-sama-rugikan-konsumen>

