

## DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C.M. (2022) *Terbanyak, Jawa Barat Sumbang 19,88% dari Total Pernikahan Nasional pada 2021*, *databoks*. Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/17/terbanyak-jawa-barat-sumbang-1988-dari-total-pernikahan-nasional-pada-2021>.
- ARIFIN, N.A. (2020) 'STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT ORGANIZER PT. TIGA PRODUCTION DALAM MENDAPATKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN', *Jurnal Washiyah*, 1.
- BİLGİN, Y. (2018) 'the Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty', *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), pp. 128–148. Available at: <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>.
- Dwiyono, P. (2018) 'Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Dailymanly)', *Universitas Muhammadiyah Malang*, 51(1), p. 51. Available at: [http://eprints.umm.ac.id/43080/0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB II.pdf](http://eprints.umm.ac.id/43080/0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB%20II.pdf).
- Harahap, A.F.C. (2021) 'STRATEGI KOMUNIKASI MEMBANGUN KEPERCAYAAN PELANGGAN BISNIS CATE ACIN DI TENGAH PANDEMI COVID-19', *Universitas Bhayangkara* [Preprint].
- Krismanto, R.E. (2019) *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Pekanbaru dalam Menarik Minat Pelanggan*. Univesitas Islam Riau.
- Kurniadi (2013) *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rieka Cipta.
- Lam, T.K. (2020) 'Consumer Trust in Food Safety Requires Information Transparency', *AUSTRALASIAN JOURNAL OF INFORMATION SYSTEMS*, 24.
- Lorensia, S.O. (2021) *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN CUSTOMER*. Available at: <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/53430>.
- Maria, P. (2019) 'Company reputation and its influence on consumer trust in response to ongoing CSR communication', *Journal of Marketing Communications*, 25.
- Moleong (2017) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Noti, F. B., Widodo, H. P., & Setiamandani, E.D. (2021) 'Strategi Komunikasi Pemasaran Kae Thai Tea Dalam Meningkatkan Brand Awareness', *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3.
- Nurdin, I. dan S.H. (2019) *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat.
- Poerwandari (2007) *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi*. Jakarta: perfecta.
- Ramdani, H.C. (2022) 'Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Minat dan Daya Beli Pelanggan', *Jurnal Pelita*, 22. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.33592/pelita.v22i1.2562>.
- Rijali, A. (2018) *Analisis data kualitatif*. Banjarmasin: UIN Antasari.
- Samsiar, R.S.N. and Mayangsari, I.D. (2022) 'Increasing Sales In The Era Of The Covid-19 Pandemic On The *TikTok* Application Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Megrashy Wedding Planner Dalam Meningkatkan Penjualan Di Era Pandemi Covid-19 Pada Aplikasi *TikTok*', 3(November), pp. 3431–3437.
- Shawky, R. (2020) 'The Role of Trust in Understanding the Impact of Social Media Marketing on Brand Equity and Brand Loyalty', *Journal of Relationship Marketing*, 19.
- Sugiyono (2013) *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sundawati, N. (2018) 'Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Dan Motivasi Siswa', *Universitas Pasundan*, 110(9), pp. 1689–1699. Available at: <http://repository.unpas.ac.id/40202/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/40202/5/8>. BAB II.pdf.
- Supit, E.O.J. (2016) 'KAJIAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH PANGGUNG DI WOLOAN', *e-journal Acta Diurna*, 5.
- Supriyadi (2016) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap keputusan pembeli', *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3 No 1, pp. 135–144.
- Vocino, A. (2017) 'The influence of eco-label knowledge and trust on pro-environmental consumer behaviour in an emerging market', *Journal of Strategic Marketing*, 25.
- Yin, R. (2014) *Studi Kasus Desain & Metode*. Rajawali P. Jakarta.
- Yusuf, M.F. (2022) *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKANKONSUMEN WEDDING ORGANIZER*.