

## DAFTAR PUSTAKA

- Effendy. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Kotler, P dan G. Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Nurdiyantoro, S. (2014). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Norrohman, T. (2019). Implementasi Digital Marketing Komunitas #Ayokedamraman Sebagai Strategi Pengembangan Objek Wisata Dam Raman Kota Metro. Skripsi Fakultas Ekonomi Institut Agama Islam Negeri Metro
- Setiawan, A. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Yang Tepat Guna Meningkatkan Pangsa Pasar Produk. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Uniska Kediri* 3 (2) 2016
- Setiawan, E. (2018). Kamus Besar Bahasa Indonesia
- Swastha, B. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE
- Thamrin, A dan Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Winardi, J. (2005) *Manajemen Perubahan (The Management of Change)*. Cetakan Ke-1, Jakarta: Prenada Media