

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, Nur. (2020). *Word of Mouth Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital (Studi Kasus Optik Tiga Lima Purwokerto)*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

http://repository.iainpurwokerto.ac.id/7917/2/NUR%20AISYAH_WORD%20OF%20MOUTH%20SEBAGAI%20STRATEGI%20KOMUNIKASI%20PEMASARAN%20DI%20ERA%20DIGITAL%20%28STUDI%20KASUS%20OPTIK%20TIGA%20LIMA%20PURWOKERTO%29.pdf

Arifin, Bambang Syamsul. (2015). *Dinamika Kelompok*. Bandung: CV Pustaka Setia.

<http://digilib.uinsgd.ac.id/6296/1/Bambang%20Dinamika%20Kelompok.pdf>

Evani, Fuska Sani. (2021). 17 Tahun Starcross Survive di Pasar Industry Kreatif.

Diakses dari <https://suarapembaruan.news/2021/10/28/17-tahun-starcross-survive-di-pasar-industry-kreatif/>

Rianty, Eva. (2019). “Implementasi bauran komunikasi pemasaran produk prung dalam meningkatkan minat beli konsumen”. Jurnal: Ilmu Komunikasi.

https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2052/13/UNIKOM_EVA%20RIANTY_ARTI_KEL.pdf

Fauziah Mayang R.N, Ninis A.D, Asep S.R. (2014). "Perilaku Knowledge Sharing Multi Bahasa Pada Komunitas Fakta Bahasa". Jurnal: Kajian informasi. Vol .2 No.2

<http://jurnal.unpad.ac.id/jkip/article/view/11643/54>

Firmansyah, Anang. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.

https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf

Herlambang, Yanuar. (2014). "Participatory Culture Dalam Komunitas Online Sebagai Representasi Kebutuhan Manusia. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi". Vol.2 No.1

<file:///C:/Users/ICI/Downloads/45-Article%20Text-15-1-10-20190604.pdf>

Latief, Rusman. (2018). *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.

<https://books.google.co.id/books?id=6HiWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=6HiWDwAAQBAJ&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwiN7d7QpfPnAhXIyzgGHSqtCdoQ6AEIKjAA#v=onepage&q&f=false>

Metallica, Milan Adrianta. (2016). "Startegi Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing communication*) Rodamas Dalam Memasarkan Spion Milan". Artikel Ilmiah.

https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13046/1/T1_602013609_Full%20text.pdf

Sutedja, Mutiara Ayuningsih. (2012). *Proses Komunikasi word of mouth reference group Oriflame*. Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Ageng Tirtayasa.

<http://eprints.untirta.ac.id/220/1/SKRIPSI%20KOM%20%20MUTIARA%20AYUNINGSIH%20SUTEDJA%20-%202012.pdf>

Nurdin, Ali. (2014). *Komunikasi Kelompok dan Organisasi*. Surabaya: CV Cahaya Intan XII.

http://repository.uinsby.ac.id/id/eprint/373/3/Ali%20Nurdin_Buku%20Komunikasi%20Kelompok%20dan%20Organisasi.pdf

Prasetyo, Bambang D, Nufian S. F, Wayan W. A. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.

https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Pemasaran_Terpadu/ZoyIDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1

Rijali, Ahmad. (2018). "Analisis Data Kualitatif". Vol.17 No.33

<https://jurnal.uinantasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/2374/169>

1

Salim, Syahrul. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media.

<http://repository.uinsu.ac.id/552/1/METODOLOGI%20PENELITIAN%20KUALITATIF.pdf>

Sukoco, Sampir Andrean. (2018). *New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jember: CV Pustaka Abadi.

<https://books.google.co.id/books?id=3l6tDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Toruan, Rialdo Rezeky M. L. (2018). “Proses Implementasi *Word of Mouth* Dalam Startegi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan”. Jurnal: Pustaka Komunikasi. Vol.1 No.1

<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/551>

Yuliani, Wiwin. (2018). “Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perpsektif Bimbingan dan Konseling”. Vol.2 No.2

<http://ejournal.stkipsiliwangi.ac.id/index.php/quanta/article/view/1641/911>