

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Syakir Media Press.
- Alamsyah, (2021). *Model Komunikasi Jejaring Sosial dan Media Massa dalam Konteks Pesan Publik*. *Jurnal Dialektika Komunika*, 9 (1), 1 – 16.
- Arief Juntara, diwawancarai oleh Matheus Lukyto H.R., 22 November 2024, kantor Beazt Footwear
- Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). *Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8 (2), 87 – 98.
- Beazt Footwear (@beazt.id). (31 Maret 2023).
https://www.instagram.com/p/Cqc9mx3yjlB/?igsh=MWc3aXkxeHF_sMDM4aw==. (Diakses pada 27 September 2024).
- Beazt Footwear (@beazt.id). (11 Agustus 2023).
<https://www.instagram.com/stories/highlights/17843049449129898/>. (Diakses pada 20 November 2024).
- Creswell, J. (2009). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California : SAGE Publications, Inc.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan : CV Penerbit

Qiara Media.

Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Sidoarjo : UMSIDA Press.

Hartono, J. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Penerbit ANDI.

Helaluddin, & Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif : Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Makassar : Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Kopong, F., dkk. (2023). Meningkatkan Keputusan Pembelian Sepatu Brand Lokal di Bandung Melalui Sosial Media. *Jurnal Sains Manajemen*, 5 (2), 76 – 82.

Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang : Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.

League World Official. (2024). *FAQ & Return*. <https://www.league-world.com/faq/return/>. (Diakses pada 27 September 2024).

Lihu, D. C. K. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran*. Pasaman Barat : CV Azka Pustaka.

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun Instagram @ahlinyaobatmaag). *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 4 (1), 23 – 38.

Media Indonesia. (2021, Oktober 13). *Sepatu Lokal Beazt Identik dengan*

Sepatunya Para Pencinta Musik.

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/439740/sepatu-lokal-beaztidentik-dengan-sepatunya-para-pencinta-musik>. (Diakses pada 26 September 2024).

NapoleonCat. (2024). *Instagram Users in Indonesia August 2024*.
<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/08/>.
(Diakses pada 26 September 2024).

Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (*Product, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8 (2), 119 – 127.

Patrobas Indonesia. (2023). *Pengiriman & Pengembalian*.
<https://www.patrobas.id/pengiriman-pengembalian/>. (Diakses pada 27 September 2024).

Prasetyo, B., dkk. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang : UB Press.

Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16 (2), 214 – 224.

Rayhan Tim Kreatif, diwawancarai oleh Matheus Lukyto H.R., 22 November 2024, kantor Beazt Footwear.

Rizal, V. Z. (2019). Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) Terhadap

Kesadaran Merek. *Jurnal Komunikasi*, 4 (1), 75 – 87.

Sahir, S. H. (2021). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Penerbit KBM Indonesia.

Saputra, F. B., dkk. (2023). Peran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan Perusahaan Mangkok Manis. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 1 (3), 66 – 77.

Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.

Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Bandung : Penerbit ALFABETA.

Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Grasindo PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4 (1), 14 – 24.