

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Adil, A. L. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik*. Padang Sumatera Barat: GET PRESS INDONESIA.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2020). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Chandon, P., Wansink, B., & Laurent, G. (2020). *A benefit congruency framework of sales promotion effectiveness*. *Journal of Marketing Research*.
- Dewi, Untari. 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. <http://ejournal.bsi.ac.id>. Diakses 2 februari 2024.
- Fatekhani, R. N. (2022). Penerapan *Digital marketing* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Moocow (Studi Kasus: Moocow Di Jalan Garuda Kota Cirebon) . *Doctoral dissertation*, 1-2.
- Firdiansyah, Abrar. 2024. Memahami Social Media Media, dari Pengertian Sampai Strateginya. *Digital marketing di INTHEBOX ID*
- Gellysa Urva, M. P. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang *Digital Media*. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 56-61.
- Gellysa Urva, M., Pratiwi, & Oemara Syarief, A. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56–61.

- Hanindharputri, M. A., & Pradnyanita, A. A. (2021). Konten visual instagram sebagai strategi pemasaran umkm baru
- Hendra, & Musliadi. (2019). Proses Komunikasi dalam Perspektif Teori Lasswell. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 5(1), 28–35.
- Hendra, T., & Musliadi, P. (2019). Prinsip Dan Unsur-Unsur Komunikasi Dalam Perspektif Al-Quran. Wardah: *Jurnal Dakwah dan Kemasyarakatan*, 20(2):31.
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial Instagram. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(1):9.
- Kartawaria, R. (2023). Internet sebagai Advertising Tool dalam E-Commerce. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, Vol. 5(1), 23–30.
- Masdul, M. R. (2018). Komunikasi Pembelajaran. *Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman*, 13 (2):3.
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2018). Penerapan digital marketing sebagai strategi marketing dan branding pada UMKM. Prosiding.
- Sari, A. A. P., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi pemasaran menggunakan fitur Shopee live streaming sebagai media promosi untuk meningkatkan daya tarik konsumen (Studi kasus thrift shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41-58.
- Suryo Lakosono, Wiliam. (2020). Pengaruh promosi melalui media sosial instagram Hay Barbershop Pekan Baru terhadap keputusan pembelian jasa. *Jurnal Komunikasi*.

Vol. 9: Edisi II Juli.

Buku

Adil, M. (2023). *Metodologi Penelitian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Amir Hamzah. 2019. *Metode Penelitian & Pengembangan Research & Development*. Malang: Literasi Nusantara Abadi

Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Media: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV. Cendekia Press.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi ke-10). Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, R. (2022) *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif: Edisi Kedua*. (2022). (n.p.): Prenada Media

Lengo, S. D. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish.

Sanjaya, Riduan and Tarigan, J. (2019). *Creative Digital Media*. Jakarta: Elex Media Computindo.

Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., ... & Purbasari, R. (2023). *Digital Media: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Sutisna. 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Skripsi

Hidayah, N. (2018). *Analisis strategi digital marketing dalam membantu penjualan living space dan efo store.*

Maya Hiregar, G. (2020). *Analisis Digital marketing Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Desa Wisata Kabupaten Magetan* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114
Jl. Prof Dr. Herman Johanes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 1230/WM.H16/SK.CP/2025

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Vensensius Januar Sole
NIM : 43121074
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Illmu Komunikasi
Dosen Pembimbing : 1. Innosensia E.I. Ndiki Satu, S.sos., M.I.Kom
2. P. Yoseph Rieng, SVD, S.Fil., M.I.Kom
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UMKM
HINGGI HUMBA ARTSHOP DALAM
MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN
WISATAWAN MELALUI INSTAGRAM
@artshop_hinggihumba06**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **24 (Dua Puluh Empat)%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 09 September 2025

Kepala UPT Perpustakaan,



Silvester Suhendra, S.Ptk