

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D., Tasha, V. G., & Ahmad, R. (2023). Implementasi Komunikasi Pemasaran PT. DSP dalam Mempertahankan Konsumen. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(1), 48–57
- Angranti, W., Zurqoni, & Sugeng. (2024). Interpretasi hasil analisis dan pembahasannya. *Maslahah: Journal Of Islamic Studies*, 3(1), 15–22.
- Aziza, F. N., & Yunus, M. (2020). Peran Orang Tua Dalam Membimbing Anak Pada Masa Study From Home Selama Pandemi Covid 19. *Konferensi Nasional Pendidikan*, 112–114.
- Budi, C. S. (2019). Tinjauan Hierarchy of Effects Pada Promosi Institusi Pendidikan Melalui Brosur. *Jurnal Experientia*, 6(1), 39–44.  
<http://journal.wima.ac.id/index.php/EXPERIENTIA/article/view/1789>
- Erlin, T. (2017). KOMPONEN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENERAPKAN STRATEGI MENINGKATKAN MOTIVASI ATLET (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pusat Pelatihan Atlet Kota Yogyakarta Cabang Olahraga Taekwondo). *PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA*, 5(December), 118–138.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi Pemasaran. In T. Q. Media (Ed.), *CV. Penerbit Qiara Media* - (1 ed., Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Fisichella, M., & Kuswanto, V. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Booking Order Online Barbershop Berbasis Website. *Universitas Buddhi Dharma*, 3(2), 134–145.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran* (F. A. Darma (ed.); 1 ed.). UMSIDA Press.
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21.

<https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>

- Hidayat, T. (2019). Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Pendidikan. *Jurnal Studi Kasus*, August, 128.
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In U. Saripudin (Ed.), *Widina Bhakti Persada Bandung* (1 ed.). Widya Bhakti Persada Bandung.
- Herdiana, A. (2018). Representasi Identitas Santri di Media Sosial (Studi Pengguna Facebook di Pondok Pesantren Darul Abror Purwokerto). *IAIN Purwokerto*, 41–48.
- Kadiasti, R., & Mukaromah, M. (2022). Pendekatan AISAS Dalam Post Instagram Carousel Sebagai Strategi Promosi Pada Museum Ranggawarsita. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1), 79–89.  
<https://doi.org/10.31937/ultimart.v15i1.2586>
- Luntungan, W. G. A., & Tawas, H. N. (2019). Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4), 5495–5504.
- Muliawatii, 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). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Purboastuti, A. W. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212.  
<https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1).  
<https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>

Romadhoni, B., & Patiung, N. (2022). Pengenalan Pemasaran Digital Dalam. *Nobel Community Services*, 5(2), 49–53.

Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1–15.



**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: 1009/WM.H16/SK.CP/2025**

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Oktavianus Mean Tupen

NIM : 43121062

Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmui Komunikasi

Dosen Pembimbing : 1. P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil.,MA  
2. Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos.,M.I.Kom

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
MANLIEST BARBERSHOP DALAM MENARIK  
MINAT PELANGGAN (Studi Kasus Akun  
Instagram @Manlistberbershop)**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **12 (Dua Belas)%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 20 Agustus 2025

Kepala UPT Perpustakaan,



Silvester Suhendra, S.Ptk