

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Ni Luh Vira (2022) Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Corner House *Vape* Di Absiansema Kabupaten Badung.
- Alfalsifatul (2019). Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Konten Instagram @SHARFEEL.LABEL
- Anonim. 2022. Fakta Digital *Marketing* untuk bisnis. <https://www.dhadigital.com/fakta-digital-marketing-untuk-bisnis/>
- BBPOM, 2015. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2015 Tentang Logo Pengawas Obat dan Makanan, Jakarta: Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia.
- Clara *Vape*. “Sejarah Vapor di Indonesia Pertama Kali dan Perkembangannya” terdapat dalam <https://vapeterbaik.com/sejarah-vapor-di-indonesia/>.diakses
- Diana, F., & Mohamad S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- Etter, J.F. and Bullen, C. (2018) Electronic Cigarette: Users Profile, Utilization, Satisfaction and Perceived Efficacy. *Addiction*, 106, 2017-2028.
- Fatimah, Niswa. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital.
- Firmansyah, Anang. (2020). Komunikasi Pemasaran (1st ed.). Pasuruan: Qiara Media.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, N., & Sunarsi, D. (2022). Strategi Pemasaran. Pascal Books
- Hermawan, Fajar. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Repository STEI*, 3.
- Julitawaty, Willy. (2020). Pengaruh Personal Selling dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor PT. Mega Anugrah Mandiri.

- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip *Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). Principles of *Marketing* Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education
- Kris, Elfredo (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran *Vape Store J Vape Graha Family* Surabaya
- Lutfy Achmad, (2022) Komunikasi Pemasaran *Vapenoid*. Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik. Vol. 1.
- Lexy. J, Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif. (Bandung: PT. Rosdakarya, 1995) h.
- Maria N. (2022). Strategi *Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence)* 7P di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. Jurnal Media Teknologi. 8(2).
- Nurul Arifka. (2021). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan.
- Nursani, Arifin, R, & Hufron, M. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *E-commerce* Melalui Shopee. Jurnal Ekonomi Bisnis, 102–115.
- Prasetyo, Bambang. 2018. Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru. Malang: UB Press.
- Priyo Suswanto., & Sri Dewi. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Mmenbangun Positioning di Tengah Pnademi Covid-19 di Indonesia. 3(2614-0372), 18.
- Rosyana, Ersya. (2023). Strategi Pemasaran 6P (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Produk Dana Talangan Umrah pada Travel Mitra Garut
- Sara L. Cochran et al., Direct Selling Global and Social Business Model (Business Expert Press, 2021), 22
- Saraswati Hesti., & Afifi Subhan. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19. CoverAge, Vol. 12, No. 2.

- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitati kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Tanjaya, S. C., Mananeke, L., & Tawas, H. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Vape* Di Instagram. Jurnal Emba, 7(4), 4935–4944.
- Tanuwihardja RK, Susanto AD. J Respir Indones Electronic Cigarette 2017. Alasan produk *vape* tidak muncul di Tokopedia dan *e-commerce*.
- Yuni Asri N. (2017). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Jasa (3p) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIM SUKMA Medan. Riset&E-jurnal Manajemen Informatika Komputer. 3 (2541-1330).