

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPM.
- Cangara, Hafied. 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong, Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Farid, Hamid dan Heri, Budianto. 2011. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kasmir. 2016. *Kewirausahaan*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip, dan Lane Keller Kelvin. 2012. *Marketing Management*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lexy, J. Moleong. 2014. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Jim, Macnamara & Silih, Agung.W. 2015. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noor, Henry Faizal. 2013. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Panuju, Redi. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenamedia Group
- Philip, Kotler, dan Amstrong Gary. 2017. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Priansa, Doni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia
- Rakhmat, Jalaluddin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja

- Rosdakarya.  
 Simamora, Henry. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana.
- Susanto, Phil dan Astrid. S. 2018. *Komunikasi dalam Teori dan Ptaktek*. Bandung: Bina Cipta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-marketing*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

## **Jurnal**

- Al-Hakim, N. (2021). Menata Ulang Bisnis F&B Pasca Pandemi (Studi Kasus: Strategi Komunikasi Pemasaran Sate Taichan “Goreng”). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(2), 85–106. <https://doi.org/10.24076/pikma.v3i2.462>
- Azizah, N., Pratami, R., Buana, A. W., & Margaretha, L. (2020). Strategi Pemasaran Iklan Go-Jek Versi Cendikiawan Untuk Meningkatkan Pengguna Aplikasi Gojek. *Jurnal Lontar*, 8(1), COPYRIGHT@LONTAR2020. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/download/2028/1335>
- Barata, A., Rosihan, A., & Virgiana, B. (2020). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Game Online Free Fire Pada siswa. *Game Online*, 1(1). <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JM/article/view/632/457>
- Fatmala, R., Virgiana, B., & Wulandari, S. (2020). Strategi Komunikasi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Dalam Acquisition And Existing Potential Nasabah Emerald Di Kcp. Martapura (Communication. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1(2), 143–153. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB/index.php/JKB/articles/view/753/556>
- Handika, S. A., Alfani, H., Ms, D., Ki. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Jam Di Toko Abs Cabang Baturaja OKU. *Home*, 3(1). <http://www.journal.unbara.ac.id/index.php/JM/article/view/1462/1034>
- Hariyati, F., & Sovianti, R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Customer Loyalty pada Hotel Salak Bogor, Indonesia. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(2), 52–66. <https://doi.org/10.35814/coverage.v11i2.2019>
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71–90. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/1645/submission/>

original/1645-3670-1-SM.pdf

- Setyowati, N. D., & Tutiasri, R. P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Makanan yang Terkena Dampak COVID-19. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(1), 73–84. <https://doi.org/10.33366/jisip.v10i1.2268>
- Sinurat, H., Silvia, I., & Sabrin. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Berkunjung di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara. *Message: Jurnal Komunikasi*, 9(Vol 9 No 1 (2020): AGUSTUS), 62–71. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/messageilmukomunikasi/article/view/681>
- Tjahjadi, C., & Sukendro, G. G. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Salon Dreadlock Studio Indonesia. *Prologia*, 3(1), 66. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6210>
- Utomo, H. J. N., & Subhan Afifi. (2004). *Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kabupaten Bantul dan Kulon Progo Yogyakarta*. 2. [http://eprints.upnyk.ac.id/16990/1/STRATEGI\\_KOMUNIKASI-Subhan\\_Afifi.pdf](http://eprints.upnyk.ac.id/16990/1/STRATEGI_KOMUNIKASI-Subhan_Afifi.pdf)
- Zahra, H. S., & Thamrin, H. M. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Kafe Foodness Jember. *Fisipol*, 1–17. <http://repository.unmuhjember.ac.id/6585/1/JURNAL.pdf>
- Zulfa Rohmatin, Hairunnisa, & Kezia Arum Sary. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Roti Gembong Happy Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Journal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 385–397. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/Jurnal\\_Zulfa\\_\(08-15-18-12-32-39\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/Jurnal_Zulfa_(08-15-18-12-32-39).pdf)