

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Andreas. (2021). Penerapan Strategi Promosi Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Prosiding Webiner Nasional*. 6(6). 102–110. Doi:<https://doi.org/10.33363/sn.v0i6>
- Ariyandi, Djakfar, Y., & Rosihan, A. (2020). Strategi Komunikasi Polres OKU dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan publik dalam program Zona Integritas. *Jurnal Online Mahasiswa Komunikasi: Massa*, 1(1), 3.
- Amir, M. T. (2011). *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Cindy, N. M., Septiana, W., & Darmadi, MS. (2022). Strategi Komunikasi Interpersonal Guru Dan Siswa Dalam Proses Pelaksanaan Asesmen Nasional Berbasis Komputer di SD Negeri 62 OKU. *Jurnal Massa*, 1(3). <https://journal.unbara.ac.id/index.php/JM>
- Fadhilla, G., Alfani, H., & Rosihan, A. (2020). Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Ogan Komering Ulu (Oku) Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pilkada 2020. *Jurnal Massa*, 01(2), 206–221. <http://www.journal.unbara.ac.id/index.php/JM/article/view>
- Rimadini, D.P.A.F. & Ira, D.M. (2021). Strategi Komunikasi Bumdes Panggung Lestari dalam Mengelola Kampong Mataraman di Panggunharjo, Bantul, Yogyakarta. *e-Proceeding of Management*, 8(5).
- Djaslim, S.(2017). *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Mondar Maju,
- Effendy, O.U. (2016). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Fuad, M. (2018). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Freddy, R. (2019). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fred, R. D. (2016). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Hariadi, B. (2012). *Strategi Manajemen Strategi Memenangkan Perang Bisnis*. Malang: Bayumedia.
- Herwandi, A., Ira, P., & Fathurrijal. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Multiguna *BESS FINANCE* Di Kota Baturaja. *Jurnal Publisitas* , 7(2). <http://ejurnal.ac.id/index.php/JurnalPublisitas>.
- John, W.Creswell. (2015). *Reserach Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kasmir. (2012). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Littlejohn, S. & Foss, A.K. (2011). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba.
- Lukman, S.W. & Irpan, R.S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Goa Lauk Di Kabupaten Lebak, Banten. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1). <http://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/index>
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2014). *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugrahani, Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Epress.
- Novita, P. & Rhesa, Z.B.P. (2020). **Promosi dan pemasaran pariwisata objek wisata Tirta Sinongko dalam upaya menarik wisatawan.** *Jurnal PProfesi Humas*, 5(1), 38-57. <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas>
- Phlip, K. & Amstrong. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen*, edisi 14, jilid I. Jakarta: Erlangga
- Paramita, I. B. G., & Putra, I. G. G. P. A. (2020). New Normal Bagi Pariwisata Bali Di Masa Pandemi Covid 19. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 5(2), 57-65.
- Ridwan, I.S. (2020). Fungsi dan Tujuan Promosi. Artikel dari <http://www.ridwaniskandar.files.wordpress.com>
- Rizki, S. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Jurnal EKOBISMA*, 6(2). <http://ojs.stie-labuhanbatu.ac.id/index.php/>
- Ruliana, P. (2014). *Komunikasi Organisasi, Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: Raja Grafindo.

- Rosady, R. (2017). *Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Ulama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Tri, P.W., Umi,R., Puspita, D. (2021).Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Minat Pengguna Jasa Fafio Wedding Organizer Baturaja Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Massa*, 2(2).<https://journal.unbara.ac.id/index.php/JM>
- Wachyuni, T. P., Rahmawati, U., & Devi, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Minat Pengguna Jasa Fafio Wedding Organizer Baturaja Di Masa Pandemi Covid-19 Marketing. *Jurnal Massa*, 02(2), 131–142.
<http://journal.unbara.ac.id/index.php/JM/article/view/1669>
- Yusuf, M. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.