

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. In *Jakarta: Rineka Cipta*. Rineka Cipta.
- Burhan, B. (2012). *Analisa Data Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. In *Jakarta: Raja*. Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Emzir. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data, Cet.ke-IV*. PT.Rajagrafindo Persada.
- Febriyanti, N., Primadani, B., & Putri, S. (2021). *ANALISIS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DI MASA PANDEMI COVID-19*. 8(4), 3815–3822. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15371/15094>
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok materi metodologi penelitian & aplikasinya* (Issue 101). Ghalia Indonesia.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. In *Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer*. PT. Buana Ilmu Populer.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran (Prinsip-prinsip manajemen pemasaran)*. In *Edisi Millenium, Jilid 1* (Vol. 1, Issue 2). Erlangga.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media*. In *Jakarta: Kencana*. Kencana Prenada Media Group. https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Kriyantono%2C+Rachmat.+2010.+Teknik+Praktis+Riset+Komunikasi.+Jakarta%3A+Kencana.&btnG=
- Littlejohn, S. (2019). *Theories of human communication, 10th ed.* (Issue July). Salemba Humanika.
- Moloeng LJ. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group.
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, cetakan pertama*. In *Penerbit: Kencana Prenada Media Group*. Penerbit Kencana.

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=U9xDDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=pengertian+pemasaran&ots=Y0Hd8j7yta&sig=IDET0dGsSBaNNz-PK2vCSptjp1E&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian+pemasaran&f=false

- Nurul Annisa. (2014). "Strategi Komunikasi Pemasaran Online (Studi Kasus pada Pemasaran Online di 'REALInc Store')",. *Eduma*, 2(1), 46–60. <http://eprints.untirta.ac.id/836/>
- Pinki Septia, A. (2018). Strategi komunikasi pemasaran indihome dalam meningkatkan jumlah pelanggan di kota serang. *Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tirtayas*, 1–104. <https://eprints.untirta.ac.id/1102/>
- Putri, A. L. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran CV. AbankIrenk Yogyakarta Dalam Meningkatkan Penjualan Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 9(2), 63. <https://doi.org/10.30659/jikm.v9i2.15753>
- Ruslan, R. (2014). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. In *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT. Rajawali Pers.
- Sadiyah, H. A. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran AEON MALL BSD CITY Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Masa Pandemi Covid-19*. <https://repository.upnvj.ac.id/12316/>
- Siahaan, Windo, C., Hendra, Y., & Matondang, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terbatas OPPO Indonesia dalam Meningkatkan Citra Smartphone OPPO. *Jurnal Perspektif*, 6(1), 9–10. <https://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif/article/view/2539>
- Soemanagara, D. (2012). Marketing Communication Theories. In *Marketing*. PT. Buana Ilmu Populer. <https://doi.org/10.4135/9781446212462.n7>
- Sugiyono. (2012). Memahami penelitian kualitatif dan kuantitatif. In *Bandung: Alfabeta*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syaifudin, R., Desmawan, D., & Setyadi, S. (2021). Strategi Hotel Branding Akibat Pandemi Covid-19 Studi Kasus Pada Hotel Bintang Empat dan Lima di Provinsi Banten. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1 januari), 243–257. <https://valuasi.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/20>
- Theresia, A. S. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Aryaduta Palembang Selama Pandemi Covid-19*. 1(1), 1–30. https://repository.unsri.ac.id/47850/61/RAMA_70201_07031381621170_0006116303_01_front_ref.pdf
- Tjiptono. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. CV.

Diandra Primamitra Media.

- Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 38–56. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3003>
- Wulandari, S. (2018). Media Sosial Dan Perubahan Perilaku Bahasa. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 181–188. <https://doi.org/10.35760/mkm.2018.v2i1.1890>
- Yoeti, E. A. (2010). Strategi Pemasaran Hotel. *Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama*, 181.
- Yulianita, N. (2002). Pengaruh Kepemimpinan Manajer Public Relations Terhadap Kualitas Manajemen Public Relations Dan Korelasinya Dengan Efektivitas Sistem Komunikasi Perusahaan. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 3(2), 221–240. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/767>