

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, H. (2017). Strategi Marketing Dalam Menarik Minat Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Multiguna Bes Finance Di Kota Baturaja. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Ilmu Komunikasi. Skripsi. Baturaja: Universitas Baturaja.
- Aida, Nur Rohmi. (29 Agustus 2021). Apa Arti Hiperendemi, Epidemi, Dan Pandemi?. Kompas.Com.
https://www.kompas.com/tren/read/2021/08/29/183000665/apa-arti-hiperendemi-epidemi-dan-pandemi?page=all&jxconn=1*f4h488*other_jxampid*dGdtRVpKX0w2TWhNQ1BiUzhxdDhVQWdFMec5MWpfS3dqU05YMGh4Q1FHRXhRN0VOc3d1Ri1nYlZPbHpqWWQ5bw..#page2
- 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>
- Anwar, Ilham Choirul. (29 Agustus 2021). Arti Endemi, Epidemi, Dan Pandemi Covid-19: Apa Perbedaannya?. Tirto.Id.<https://www.google.com/amp/s/amp.tirto.id/arti-endemi-epidemi-dan-pandemi-covid-19-apa-perbedaannya-giPW>
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran : Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kristina. (15 September 2021). Perbedaan Pandemi, Epidemi, Dan Endemik, Hati-Hati Sering Salah Tafsir!. Detik.Com.<https://www.google.com/amp/s/www.detik.com/edu/detikpedia/d-5724442/perbedaan-pandemi-epidemi-dan-endemik-hati-hati-sering-salah-tafsir/amp>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2018). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, D., & Solatun. (2008). *Metode Penelitian Komunikasi : Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja

Rosdakarya Offset.

- Okta, M. El. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Sonora 102.6 Fm Palembang Dalam Mendapatkan Pengiklan Di Masa Pandemi Covid-19. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Ilmu Komunikasi. Skripsi. Palembang: Universitas Sriwijaya
- Ruslan, R. (2010). *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sari, D. (2020). Strategi Pemasaran Markem Wedding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Calon Konsumen Di Kota Pekanbaru. Fakultas Ilmu Komunikasi. Skripsi. Pekanbaru: Universitas Islam Riau
- Shimp, T. A. (2004). *Periklanan Promosi, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Suprpto, T. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi Dan Peran Manajemen Dalam Komunikasi*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi, Sebuah Analisis Teori Dan Praktis Di Era Global*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B. (1979). *Saluran Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Theresia, Angelia Sofhia. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Aryaduta Palembang Selama Pandemi Covid-19. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Ilmu Komunikasi. Skripsi. Palembang: Universitas Sriwijaya
- Tria, W. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Agen Herbalife Di Baturaja Ogan Komering Ulu. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Ilmu Komunikasi. Skripsi. Baturaja: Universitas Baturaja.
- Waworuntu, M. Imanuela G., Mingkid, E., & Himpong, M. D. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Esspecto Coffee Tondano Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, 3(3), 1–8. Diakses Pada <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/34912>