

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. (2021). Peran Akun Instagram @kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan. *Etheses.Iainponorogo.Ac.Id*, 5–24.
- Agustina, L. (2015). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Baru Di Serambi Botani. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 6(2), 129–138.
- Anas, A. T. (2017). Pengaruh Hubungan Berkelanjutan terhadap Kesetiaan Nasabah di BMT NU Cabang Pragaan Kabupaten Sumenep. *Ekonomi, Jurnal*, 4(1).
- Bella, K. P. (2020). Pengaruh Attention, Interest, Search, Action, Share (AISAS) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Makanan Import Yang Tidak Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim Kota Jambi. *Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 1–17.
- Chayadi, S. A., Loisa, R., & Sudarto, S. (2021). Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan dalam Membangun Brand Awareness. *Prologia*, 5(1), 175. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10112>
- Hakim, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pemain Dan Pecinta Sepak Bola). *Stp-Mataram*, 1(7). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Heriyadi. (2018). Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference Dan Points of Parity). *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 03(03), 2477–3824. <https://www.gooto.com/read/1051222/gai>
- Inayati, T., Evianah, & Prasetya, H. (2018). Perumusan Strategi dengan Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UMKM Produk Sepatu di Mojokerto, Jawa Timur). *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3*, 217–231.
- Jatmika, D., & Andarwati, M. (2019). Pengaruh Variabel Marketing Mix Terhadap Penerimaan Siswa Baru Mts. Di Jombang. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 3(1), 1702–1707.
- Komala, R. D., & Nellyaningsih. (2017). TINJAUAN IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING PADA PT. ASTRA INTERNASIONAL DAIHATSU ASTRA BIZ CENTER BANDUNG PADA TAHUN 2017. *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom*, 3(2), 330–337.
- Larasati, H. R. (2019). Strategi Social Media Marketing Public Relations Melalui Kegiatan Sponsorship Dalam Meningkatkan Customer Engagement.

Http://Repository.Bakrie.Ac.Id/, 2, 1–13.

- Mamoto, F. W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mendra, Wayan, I. (2016). *PENGARUH PERSONALSELLING, PENGEMBANGAN PRODUK DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI PT. ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME) DENPASAR*. 76–85.
- Nur, A. S. M. (2019). *Strategi Komunikasi Public Relation Hotel Claro dalam Mempertahankan Minat Pengunjung D'Liquid*.
- Pradana, W. W., Azainil, & Arsyad, A. W. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Geprek Express Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 71–85.
- Rachman, T. (2018). PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA AJB BUMIPUTERA SYARIAH CABANG LEMABANG PALEMBANG. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Selvia, R. (2021). Marketing Mix Seblak Dan Baso Aci Wak Acan Pekanbaru Dalam Memanfaatkan Akun Instagram @Wak.Acan Sebagai Media Promosi. *UIN Starif Kasim Riau*.
- Setyo Rahayu, D. W. (2019). Efektifitas Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Produk Kosmetik Di Kota Blitar. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(1), 29–40. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i1.754>
- Sianipar, C. I. (2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI, PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PT. YASA KARYA INDONESIA MEDAN. *Creative Agung*, 9(2).
- Syaeba, M., & Masyhadiah, M. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Perpustakaan Kabupaten Polewali Mandar dalam meningkatkan Minat Baca Pemustaka. *AL-MUNZIR*, 15(1), 73. <https://doi.org/10.31332/am.v15i1.3331>
- Theodora, B. D. (2021). PERBEDAAN MINAT WIRAUSAHA BERDASARKAN MEDIA PEMBELAJARAN SELAMA PEMBELAJARAN JARAK JAUH DI MASA PANDEMI Corresponding author. *Http://Ejournal.Stiejb.Ac.Id/*, 9(2), 48–53.
- Zawirdan, A. (2019). Perbandingan Penanganan Pembiayaan Bermasalah Antara Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional. *Http://Repository.Iainbengkulu.Ac.Id/*.