DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, R. (2019). Analisis Strategi Pemasaran pada Hotel Whiz Primehasanuddin di Kota Makassar. *Jurnal UNM*.

Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). Resume: instrumen pengumpulan data. *Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN)*, *11*(1), 1–14.

Amelia, S. S., & Iswadi. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya. *Technomedia Journal*, *8*(3), 1–13.

Anas, D. S. (2019). Strategi Integrated Marketing Communication Dalam Peningkatan Brand Awareness. *Efektifitas Media Sosial Sebagai Sumber Berita Dalam Newsroom Televisi (Studi Kasus Kompas Tv)*, *Xxiii*(2), 104–119.

Arlin, D. V., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kewajaran Harga Dan Perkembangan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion Pada DealerLautan Teduh Di Purbolinggo. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, *1*(2), 102–110.

Clearesta, I., Angelina, G., & Wiradharma, G. (2019). Pengalaman Konsumen Terhadap Layanan Gojek Di Kota Jakarta: Studi Kualitatif Deskriptif. *Jurnal Komunikasi DanBisnis*, *6*(1), 70–80.

Creswell, J. W. (2019). Research Design Penedektan Metode Kualitatif; Kuantitatif; dan Campuran (a. F. dan R. K. Pancasari, H. El-Rais, Priyati, & Amaryllis (eds.); Iv). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Diwati, F., & Santoso, T. I. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Terhadap Keputusan Membeli Konsumen Pada Binsis Tour & Travel Di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal EBANK*, *6*(2), 33–54.

Ersa, V., Raf, M., & Kartika, S. (2021). Pengaruh *Direct selling* Terhadap Minat Beli Pada Produk PT Surya Sentosa Primatama-Daihatsu Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*,*9*(1), 19–30.

Febrina, R. I., Pratiwi, R. M., Studi, P., Komunikasi, I., & Garut, U. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di PT Tama Cokelat Indonesia. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, *10*(2), 195–210.

Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.

Fitriani, N., Nur'aeni, & Mulyadinata, A. (2019). Strategi Promosi Pemasaran Dalam Upaya. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai*, *03*(03), 34–41.

Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Penulis : Didik Hariyanto Diterbitkan Oleh Jl . Mojopahit 666 B Sidoarjo ISBN : 978-623-6081-32-7 Copyright ©2021 . Authors All Rights Reserved. In *Pengantar*

Ilmu Komunikasi.

Hasibuan, A. T., Rosdiana Sianipar, M., Ramdhani, A. D., Putri, F. W., & Ritonga, N. Z. (2022). Konsep Dan Karakteristik Penelitian Kualitatif Serta Perbedaannya Dengan Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *6*(Penelitian Kualitatif), 8690.

Hidayah, R. A., Widyastuti, N. W., & Nurjuman, H. (2024). Strategi Digital Marketing Komunikasi Dalam Mempertahankan Konsumen Di Masapandemi Covid-19. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, *6*(3), 531–540.

Hizbullah, H., Erawati, H. Y., & Muslim. (2022). Pertunjukan Silat Pedang Sapekok Di Perguruan Silat Tondan Desa Lubuk Bendahara Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau H. *Jurnal KOBA*, *9*(2), 3–11.

Irawan, R. E., & Fridha, M. (2017). Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness NET TV. *Jurnal IQRA*, *Volume 1*(Nomor 1), 720–740.

Johannis Kaawoan, & Undap, G. (2018). Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Bitung, Stefriviani Mudea. *Jurnal Eksekutif*, *1*(1).

Kamal, Y. S., & Triyon, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran TerpaduGriya Herbal Muyassar Dalam Memasarkan Produk Pro Sehat. *Medialog:Jurnal Ilmukomunikas*, *VI*, 32–46.

Kojongian, M., Tumbuan, W., & Ogi, I. (2022). Efektifitas Dan Efisiensi Bauran Pemasaran Pada Wisata Religius Ukit Kasih Kanonang Minahasa Dalam Menghadapi New Normal.*Jurnal EMBA*, *10*(4), 1966–1975.

Lamsiha, M., Dewi, F. R., Liza, Studi Ilmu Komunikasi, P., Budi Luhur, U., Jl Ciledug Raya, J., Utara, P., & Selatan, J. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Katharo Laundry Joglo Dalam Mempertahankan Konsumen Di Tengah Pandemi Covid-19. *Journal FikomBudi Luhur*, 1–7.

M Ariq Zafri. (2024). Analisis Strategi Integrated Marketing Communication Dan MarketingMix Pada Pemasaran PT. Bank Riau Kepri Capem Tangkerang. *Jurnal Bisnis, EkonomiSyariah, Dan Pajak*, *1*(2), 103–112.

Musyadad, V. F., Hanafiah, H., Tanjung, R., & Arifudin, O. (2022). Supervisi Akademik Untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Dalam Membuat Perangkat Pembelajaran.*JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *5*(6), 1936–1941.

Nafisatur, M. (2024). Metode Pengumpulan Data Penelitian. *Metode Pengumpulan DataPenelitian*, *3*(5), 5423–5443.

Nurdewi, N. (2022). Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangga Melayani Di Provinsi Maluku Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*,

1(2), 297–303

Rahmadania, F. W. (2019). Pengaruh Terpaan Media Online Shop Di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Karyawan Stikom PROSIA). *Jurnal Komunikasi*, *1*(April), 1–52.

Sakinah, S., & Aslami, N. (2021). Peranan Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *VISA: Journal OfVision And Ideas*, *1*(2), 101–112.

Surokim. (2016). Riset Komunikasi : Buku Pendamping Bimbingan Skripsi. *Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & Aspikom Jawa Timur*, 285.

Suwandayani, B. I. (2018). Analisis Perencanaan Pembelajaran Tematik Pada Kurikulum 2013 Di SD Negeri Kauman I Malang. *ELSE (Elementary School Education Journal) :Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Sekolah Dasar*, *2*(1), 78–88.

Syari, N., Nurbaiti, & Nasution, M. L. I. (2023). Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (Imc) Pada Produk Pembiayaan Bsi Cicil Emas (Studi Kasus Pt. Bank Syariah Indonesia Kcp Kota Pinang). *Journal Of Innovation Research And Knowledge*,*2*(9), 3449–3462.

Tumorang, K. B., Erawan, I. K. P., & Pramana, G. I. (2022). Rekonstruksi Realitas Pekerja Perempuan Sebagai Yakult Lady Di Pt Yakult Indonesia Persada Kecamatan Kandis, Riau. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *1*(2), 1–15.

Wahid, U. M., & Rizki, M. F. (2018). Upaya Komunikasi Pemasaran Terpadu Televisi LokalMelalui Budaya Lokal. *Jurnal Kajian Komunikasi*, *6*(2), 160.

Wattimena, G. H. J. A. (2024). Sketsa Bisnis. *Jurnal Sketsa Bisnis*, *11*(01), 24–41.