

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Jurnal

- Aditya, W. R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran. *JOM FISIP*, 4(1), 4. <https://media.neliti.com/media/publications/124061-ID-strategi-komunikasi-pemasaran-studi-pada.pdf>
- Affandi. (2021). *Pola Komunikasi Pemimpin Dalam Membangun Motivasi Kerja Pegawai Kantor Kelurahan Wonorejo Kota Pekanbaru*. 1(20), 27.
- Ariawan. (2019). Proses Pengajaran Mosaik di Smk Negeri 1 Sukasada. *Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 8(5), 71.
- As'ad, S. (2020). Sharia Bank Marketing Communication Strategies in Increasing Brand Awareness (Study on Islamic Bank in Yogyakarta City). *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, 20(2). <https://doi.org/10.18196/aijis.2020.0122.228-248>
- Chandra, S., & Andrew, R. (2019). Peran Media Sosial Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Di Sebuah Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta Barat. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 521. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v2i2.2980>
- Deni P, I. F. (2018). Komunikasi dan Publisitas Ditinjau Dalam Komunikasi Massa. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 9(2), 13–25. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v9i2.1736>
- Dynamic, F., & Synchronous, R. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Room Revenue Di Inhouse by Melia Hotel Yogyakarta Elha*. 5(1), 131–144.
- Ekalista, P., & Tri Hardianto, W. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Kartika Graha Malang Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(1), 18–24. <https://doi.org/10.33366/jkn.v1i1.6>
- Giantika, G. (2016). Strategi Komunikasi Dalam Mengimplementasikan Kartu Jakarta Pintar. *Jurnal Komunikasi*, VII, 44–54.
- Hadijaya. (2013). Strategi Berbuah Kinerja Pendidik Efektif. *Perdana Publishing*.
- Hamdi, N. (2021). Peranan Strategi Marketing Guna Meningkatkan Volume

- Penjualan Pada Perusahaan Master Gift Box Malang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 320. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/696>
- Hariyati, F., & Sovianti, R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Customer Loyalty pada Hotel Salak Bogor, Indonesia. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(2), 52–66. <https://doi.org/10.35814/coverage.v11i2.2019>
- Karmila, L., Adli, Permana, A., Prayoga, D., & Baihaqi, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Swarna Dwipa Palembang Pada Masa. *Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Swarna Dwipa Palembang Pada Masa Pandemi Covid – 19*, 2(1), 15–23.
- Latuconsina, M. A., Achmadi, N. S., & ... (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Masa Pandemi COVID 19 di Hotel Harper Makassar. *Hospitality and Gastronomy Research Journal*, 4(2), 286–296. <http://jurnal.politeknikbosowa.ac.id/index.php/HOME/article/view/252%0A>
<http://jurnal.politeknikbosowa.ac.id/index.php/HOME/article/viewFile/252/107>
- Laurency, R. (2015). *Strategi Komunikasi Pemasaran Grand Wahid Hotel Salatiga dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan terhadap Konsumen*. [https://repository.uksw.edu/handle/123456789/10390%0Ahttps://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/10390/2/T1_602013605_Full text.pdf](https://repository.uksw.edu/handle/123456789/10390%0Ahttps://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/10390/2/T1_602013605_Full%20text.pdf)
- Leong. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Brand Identity Hotel APPremier Dalam Meningkatkan Brand Awareness kepadaKhalayak Kota Batam. *Scientia Ilmiah Mahasiswa*.
- LIHU, D. C. K. (2023). Marketing Communication Strategy in Preserving Lok Baintan Floating Market Tourism Destinations, Banjar Regency. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 4(2), 364–373. <https://doi.org/10.38142/ijess.v4i2.371>
- Mayangsari, Y. R., & Firdaus, F. (2023). Marketing Communication Strategy of the Bima Regency Tourism Office in Promoting Tourist Village. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3), 927–936.
- Nur, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Valbury Asia Futures

- Semarang Dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 418–431.
- Olivia Tahalele. (2022). Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Organisasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2357–2374. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i5.379>
- Pamungkas, D. P. (2016). Analisis Competitive force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia. *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1(<https://journal.uny.ac.id/index.php/elinvo/article/download/10760/8995>), 118.
- Patriana, E. (2014). Komunikasi Interpersonal Yang Berlangsung Di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development*, 5(2), 203–214.
- Prasasti. (2020). Analisis Keunggulan Bersaing Berdasarkan Metode Five Forces Porter Pada Hotel Pelangi Malang. *Faculty of Economics and Business, Brawijaya University Email*., 5(1), 55.
- Raharjo, R. S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Berjenjang Lifeforwin Di Era Digital. *ETTISAL: Journal of Communication*, 7(1), 87. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v7i1.7427>
- Rahmi Rahmi, Firdaus Firdaus, & Yuyu Rahmawati Mayangsari. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Pantai Kolo Di Kelurahan Kolo Kecamatan Asakota Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(1), 54–70. <https://doi.org/10.55606/juitik.v2i1.236>
- Rizqi Rusmana Putri, Bob Andrian, Evi Hafizah, & Nindya Juwita Utimadini. (2022). Marketing Communication Strategy of the Rice Bowl Products in Pontianak City. *International Journal of Media and Communication Research*, 3(2), 54–62. <https://doi.org/10.25299/ijmcr.v3i2.10116>
- Tutiasri, Puspita, R. (2016). Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok. *Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta*, 4(1), 81.
- Tyas. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa

- Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societa*, 2(1), 10.
<https://jurnal.ugm.ac.id/jgs/article/download/40424/23561>
- Waluyani, E. (2010). Studi Tentang Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, dan Kinerja Outlet (Studi Kasus Outlet Perusahaan Rokok Barito di Jepara). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(2), 168.
- Wandi. (2013). Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang. *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreations*, 2(8), 524–535.
- Zein Adin. (2023). Dasar-Dasar Komunikasi Bisnis. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(1), 33–42. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i1.2324>

Sumber Buku

- Aaker. (1991). *Marketing Management/Essentials of Marketing*.
https://issuu.com/eduwing/docs/dcom405_dmgt408_marketing_managemen
- Mismiawati. (2024). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran* (Akbar (ed.); 1st ed.).
- Rabbani. (2022). *Komunikasi Pemasaran* (Silalahi (ed.); 1st ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi. http://repo.ppb.ac.id/286/1/E_Book_Komunikasi_Pemasaran_Des_2022_compressed.pdf
- Rorong. (2016). *Peran komunikasi : teori, teknologi informasi dan komunikasi, komunikasi bisnis* (1st ed.). Deepublish.
- Sahir,S.H. (2022). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). KBM Indonesia.
https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book_Metodologi_Penelitian_Syafrida.pdf