

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Jurnal:

- Abidin, S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Golf Course Teringbay Nongsa dalam peningkatan Kunjungan Pasca Covid 19. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(5).
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Belinda, A., & Loisa, R. (2019). Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Partipost). *Prologia*, 3(1), 9. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6112>
- Bibin, M., & Ardian, A. (2020). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Songka Di Kota Palopo. *Edutourism Journal Of Tourism Research*, 2(01), 72–78.
- Chunikhina, T., Saiensus, M., Sinko, A., Iazvinska, N., Klimovych, O., & Siryk, R. (2023). Communication Strategies of Internet Marketing of Trading Enterprises. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(3), 1–17. <https://doi.org/10.55908/SDGS.V11I3.820>
- Cindoswari, A. R., & Dina, D. (2019). Peran Media Massa Terhadap Perubahan Perilaku Remaja di Komunitas KPopers Batam. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 5(2), 275–285.
- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 47–54. <https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.49>
- Endri, E. P., & Prasetyo, K. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Kawa Daun Tanah Datar dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Audiens*, 2(1). <https://doi.org/10.18196/jas.v2i1.9836>
- Fariastuti, I., & Azis, M. A. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OneFourThree.Co DI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 54–69.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*, 3.
- Gorda, A. . N. E. S., Anggreswari, N. P. Y., & Parasari, N. S. M. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Terhadap Bagus Agro Plaga Resort. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(2), 245. <https://doi.org/10.38043/jids.v3i2.2210>
- Harits Dwi, W., & Bagus Subekti, N. (n.d.). *Upaya Indonesia Meningkatkan Pariwisata Maritim melalui Diplomasi Kebudayaan di Asia Tenggara*.

- Hati, P. D. P., & Cindoswari, A. R. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Indomaret Di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(5). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i5.7784>
- 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.
- Jannah, U., & Moh. Moefad, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Baru Setigi di Gresik Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 114–129. <https://doi.org/10.15642/jik.2019.9.2.114-129>
- 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), 1968.
- Komala, E. A. dan L. (2017). *Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala, Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*.
- KUSADJIBRATA, N. (2019). Vol. XXIII No. 2 Agustus 2019 ISSN : 1978-6972. *Efektifitas Media Sosial Sebagai Sumber Berita Dalam Newsroom Televisi (Studi Kasus Kompas Tv)*, XXIII(2), 104–119.
- Melinda, C. A., & Arsyad, A. W. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM MEMPROMOSIKAN BANDARA INTERNASIONAL “SULTAN AJI MUHAMMAD SULAIMAN” BALIKPAPAN*.
- Muslimin, K., & Umam, K. (2019). Komunikasi Interpersonal Antara Kiai Dan Santri Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Akhlakul Karimah Di Pondok Pesantren Al- Mustaqim Bugel. *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 11(1), 23–38. <https://doi.org/10.34001/an.v11i1.934>
- Nugroho, B. S. A., & Muktaf, Z. M. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu ( Integrated Marketing Communication ) Dalam Penguatan Brand Aka Movement Yogyakarta Pada Tahun 2015. *Jurnal Pemasaran*, 1(2), 1–5.
- Paranata, I. N. J., Ekasani, K. A., & Darsana, I. M. (2023). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Sosial Media dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Desa Wisata Sibetan Karangasem. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 9603–9614.
- Pratiwi, I. Y. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA “KURBAN ONLINE” DOMPET DHUAFA JAWA TENGAH DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DONATUR SKRIPSI. *UIN Walisongo, Jawa Tengah*.
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 78. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.12985>

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Putra, M. W. D. (2022). *Strategi Komunikasi Kelompok Petani Milenial Makmur Dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Tani Di Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang*. Universitas Komputer Indonesia.
- Putri, A. V., & Ali, D. S. F. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Shop Kopi Tuli. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 95–108. <https://doi.org/10.36341/cm.v5i2.1438>
- Rara, A., & Novitasari, C.; (2021). Komunikasi Internal Departemen Sales Marketing dan Departemen Front Office The Hills Hotel Batam dalam Menghadapi Konflik Organisasi. *Jurnal Communicology*, 9(1), 138–147. <http://journal.unj.ac.id/>
- Ratnawuri, T., Pritandhari, M., & Damayanti, E. F. (2020). Analisis Strategi Integrated Marketing Communication Terhadap Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Promosi Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 8(2).
- Robani, D. R., & Wardhana, A. (2022). Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Bisnis Umkm di Jawa Barat Menghadapi Pandemi Covid-19: Studi Kasus Di Aditi Coffee House and Space. *Jurnal Inspirasi*, 13(1), 156–164.
- Safitri, E., Lina Auliana, Iwan Sukoco, & Cecep Safaatul Barkah. (2022). Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 259–267. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol19.iss2.art6>
- SARASWATI, H. D., & Afifi, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19 (Tourism Marketing Communication Strategy in the Covid-19 Pandemic Period). *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 138–155. <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.2743>
- Sari, E. A., & Wijaya, L. S. (2020). Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 16–27.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta Bandung, CV.
- Suliano, M. R. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran E-Commerce Boogie.id Menggunakan IMC Model Dwi Sapta. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(2), 300–315. <https://doi.org/10.24815/jkg.v9i2.17270>
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Wijaya, H. A., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran

Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711>

Wijaya, W. T., & Dewi, I. C. (2023). Digital Marketing Communication Strategy dalam Meningkatkan Brand Awareness Kimo Resort Pulau Banyak Aceh Singkil. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 7(3), 1793–1812.

**Sumber Buku:**

Anggito, A. &. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 3.

Komala, E. A. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*.

Sugiyono, S. &. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan .*  
Alvabeta Bandung, CV.

Suryanto, S. M. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.