

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdurrahman, N.H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, Burhan. (2013). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafield. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Haryadi, A. (2005). *Promosi Penjualan: Secara Efektif dan Terencana*. Jakarta: PT Elexmedia Kompatindo Kelompok Gramedia.
- Holmes, David. (2012). *Teori Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kenneth N, dkk. (1992). *Perilaku Organisasi dan Psikologi Personalia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Krisyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Little John, Stephen W, dan Foss, Karen A. (2014). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Morissan, M.A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Pranadamedia Group.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Moleong, Lexy. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muqodim. (2006). *Manajemen Perubahan Di Perguruan Tinggi Islam*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nasrulloh. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Onong uchyana Effendy. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Robbins, Stephen P dan Mary Coulter. (2010). *Manajemen Edisi kesepuluh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Soemanagera. (2012). *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono dan Lestari. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta
- Sukardi. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sukmadinata, N. S. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suryanto. (2015), *Pengantar Ilmu Komunikasi (1)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Swastha, B., & Irawan.. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tung, Khoe Yao. (2002). *Simponi Sedih Pendidikan Nasional*. Jakarta: Abdi Tandır.

Jurnal

- Lestari, Sinta Petri. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan. *Jurnal Interaksi*, 4 (2), 139-147.
- Maryadi. (2017). Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi Sebagai Salah Satu Kunci Keberhasilan dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Karimah*, 326-331
- Mukaromah & Kadiasti,R. (2022). Pendekatan AISAS dalam Post Instagram Carousel Sebagai Strategi Promosi pada Museum Ranggawarsita. *Jurnal Komunikasi Visual*, 79–89.
- Nursholih,S. Machfiroh,R. Lazuardini,D. (2021). Perancangan Strategi Promosi Bartele Gallery Jakarta. *Jurnal Komunikasi Visual*, 1258-1264.

Tesis

- Ardian, Rayza . (2012). Analisis Pengaruh Endorser di *Social Media* Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk dengan Metode AISAS. *Tesis*. Magister Manajemen. Universitas Indonesia.

Skripsi

- Hafidz, Aditya Rahman. (2016). Strategi Promosi Biro Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam Menarik Calon Mahasiswa Baru Tahun 2015-2016. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Karunia, Mita. (2017). *AISAS Model dalam Komunikasi Pemasaran*. UIN Yogyakarta.
- Praja, Abil Fajaramadhan. (2016). Strategi Promosi Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru Tahun 2016. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ratu, Annisa. (2018). Promosi Digital *Destinasi Digital* Banten oleh Generasi Pesona Indonesia Banten. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Sumber Online :

- Facebook Universitas Peradaban. Diunduh dari <https://www.facebook.com/peradabanuniversity.up/>
- Instagram Universitas Peradaban. Diunduh dari https://instagram.com/peradaban_university?igshid=YmMyMTA2M2Y=

Penerimaan Mahasiswa Baru. Diunduh dari <https://pmb.peradaban.ac.id/#>

Youtube Universitas Peradaban. Diunduh dari
<https://youtube.com/channel/UCM0-onI5SGbzwXfhEcA2mmQ>