

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Aaker, A. David. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa: Aris Ananda, Jakarta: Spektrum Mitra Utama.

Abdullah, Thamrin., and Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabety CV.

Arifin, Anwar. (1984). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.

Basu Swastha. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. (edisi 2). Yogyakarta: Penerbit Liberty.

Blech, George E. dan Blech, Michael A. (2015). *Advertising and promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. McGraw Hill New York.

Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Remaja Rosda Karya.

Djoko, Purwanto. (2006). *Komunikasi Bisnis Edisi ketiga*. Surabaya: Penerbit Airlangga.

Kotler, Phillip. (1997). *Manajemen Pemasaran Jilid 2: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Control*. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Philip. (2002). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Kotler, Philip dan Gary Armstong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi kedua belas Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Plilip. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. (2005). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisike 13* Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Mamang, Etta dan Sopiah. (2014). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung:Remaja Rosdakarya.

Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup.

Muhammad, Arni. (2004). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Rahman, Arif. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing Cetakan Pertama*. Jakarta: Trans Media Pustaka.

Simamora, Henry. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi III*. Yogyakarta.

Soemanegara, J. E. (2006). *Marketing Communication- Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).

Sofjan, Assauri. (2013). *Strategic Management : Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosda.

Terence A. Shimp. (2010). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

Tjipno, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi ke 3. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Ustadiyanto, R., & Ariani, S. R. (2002). *Strategi serangan internet marketing*. Penerbit Andi.

### **Jurnal**

Agusti, M., & Utari, W. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara (Studi Pada Wisatawan Desa Wisata Energi Migas Teksas Wonocolo Di Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 804-818.

Amanah, Dita. Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza, Jalan Aksara, Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis* Volume 3 No. 3, November 2011.

Apriliyadi, I. (2020). Strategi Komunikasi Penganut Agama Baha'i dalam Membangun Citra Positif di Masyarakat. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(2), 151-169.

Apriyanti, A. (2017). Pengaruh Strategi *Promotion Mix* Dalam Meningkatkan Penjualan Pakaian Secara Online Di Kalangan Remaja Kota Madiun (Studi Kasus Pada “Elmos Shop”). *Jurnal Ekomaks*, 3(2).

Auliya, A., & Mariela, Y. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Penyelenggaraan *Cathay Pacific Travel Fair 2020*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 292-301.

Esti, Lisni. Strategi *Integrated Marketing Communication (Imc)* Telkom Flexi Dalam Membangun Brand Identity Sebagai Internet Broadband. *Jurnal Unair 2014*.

Fransisca, M., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. (2020). Perancangan *Brand Activation Excelso* Jemursari pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16).

Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21-27.

Habibah, H., Hamdani, I., & Lisnawati, S. (2018). Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor). *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 233-261.

Herat, R. A., Rembang, M. R., & Kalangi, J. (2015). Peran Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai. *Acta Diurna Komunikasi*, 4(4).

Irawan, D., & Suriadi, S. (2020). Komunikasi Dakwah Kultural di Era Millennial. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 18(2).

Kaluku, F., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2018). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(2).

Khairo, R., Permadi, L. A., & Sakti, D. P. B. (2019). Analisis strategi pemasaran pariwisata di Desa Ketapang Raya Kecamatan Keruak, Lombok Timur. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 8-19.

Kotler, dan Armstrong, Setyo. 2002, "Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Sabun Lux", Vol. 3, No. 1.

Manemba, I. L., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2019). Pengaruh Tarif Iklan Terhadap Keputusan Berlangganan Pada Siaran Radio Montini Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 55-72.

Margaretha Sherly, Widayatmoko, M. Adi Pribadi. Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu Pt Cubes Consuling Dalam Membangun Brand Association. *Jurnal Komunikasi* Volume 1 No 5, Juli 2021.

Mutiara, M. W., & Kristina, A. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Implementasi Desain Interior Studi Kasus Museum Basket The Bucketlist, Bogor. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 4(1), 145-154. 2020.

Nisa, Z. (2019). Penerapan Strategi Promosi Di Pt Sahid Gema Wisata (Sahid Tour) Yogyakarta.

Nurwanda ,Asep dan Elis Badriah. Analisis Program Inovasi Desa Dalam Mendorong Pengembangan Ekonomi Lokal Oleh Tim Pelaksana Inovasi Desa (Pid) Di Desa Bangunharja Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara* Volume 7 Nomor 1, Bulan April Tahun 2020.

Permana, M. S., & Haryanto, J. O. (2014). Pengaruh *Country of origin, Brand Image* Dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen Untar*, 18(3), 112392.

Rizkahaj, H. P., & Wahyuni, I. I. (2017). Analisis promotion mix puspa iptek sundial kota baru parahyangan. *PROfesi Humas*, 2(1), 45-56.

Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28-36.

Siregar, N. M. (2019). Peran Humas Dalam Pembentukan Citra Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan. *Hikmah*, 13(2), 205-220.

Sukasari, G. A., Parma, P. G., & Mahardika, A. A. N. Y. M. (2019). Strategi Penanganan Event Pada Hotel The Laguna, A Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 2(1), 15-29.

Susetyarsi, T. H. (2011). Strategi Penetapan Posisi (Positioning). *JURNAL STIE SEMARANG (EDISI ELEKTRONIK)*, 3(3).

Winarto, H. (2011). Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomika Universitas Wijayakusuma Purwokerto*, 14(3), 23137

### **Tesis atau disertasi**

Amaliah, N. (2013). *LKP: Perancangan Media Promosi PT. Petrokimia* (Doctoral dissertation, STIKOM Surabaya).

Faisal, M., & Arief, A. M. R. (2017). *Pelaksanaan Bauran Promosi Paket Wisata di PT. Urbanitas Tour and Travel Pekanbaru Riau* (Doctoral dissertation, Riau University).

Oktafianti, T. M. (2010). *Program Pertamina Olimart Sebagai Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pertamina Pelumas (Studi Deskriptif di Pertamina Olimart Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, UAJY).

Parghani, R. (2018). *Analisis Efektivitas Iklan Online Dengan Menggunakan Metode Epic Model Terhadap Niat Beli Online Melalui Situs Tokopedia* (Doctoral dissertation, Tesis Program Magister Management Universitas Widyatama Bandung).

Sahin, S. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun Instagram@beautymaskeroofficial* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

### **Prosiding**



Hasim, D., Kusumo, N., & Sugiyanto, S. (2021). Pengaruh Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Konsumen Pada S Plus Indonesia. *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1).

**Internet**

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) diakses pada 6 April 2021 pukul 18.56

[www.disporapar.jatengprov.go.id](http://www.disporapar.jatengprov.go.id) diakses pada 15 September 2021 pukul 11.36

<https://PTPNIX.co.id> diakses pada 20 Maret 2021 pukul 09.40