

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. Manajemen Pemasaran, Edisi I, Cetakan-7, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004.
- Astuti, A., Ginting, R., & Saleh, A. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran iNews TV Sumut dalam Meningkatkan Segmentasi Pemirsa. *Persepsi: Communication Journal*, Vol 4 No 1.
- Cahnyani, I. (2019). Patji. Com: Digital Marketing Komunikasi Berbasis Kearifan Lokal Di Kabupaten Tegal. *Kuat: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, Vol 1 No 3, 155-163.
- Creswell, J., & Poth, C. (2018). *Qualitative inquiry and reasearch design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Herdiana, V., Delima, I. D., & Irianti, E. (2024). Pengaruh Advertising Dalam Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Mixue di Sukabakti Tangerang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(8), 996-1002.
- Kurniawan, K. (2020, 4 11). *Komunikasi Pemasaran 2020 : Pengertian, Jenis & Model*
- Liana, W. (2019). Usaha meningkatkan efisiensi sumber daya manusia pada kinerja karyawan PT Indosat Tbk Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, Vol 10 No 2, 124-129.
- Lontoh, J., Tumbel, A., & Kawet, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, & Akuntansi*, Vol 8 No 4.
- Mundir, A. (2015). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 7 No 1, 27–40. <https://doi.org/10.35891/ml.v7i1.369>
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). *Analisis Data dan Pengecekan Keabsahan Data*.
- Oktavania, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27-48.

- Puspitarini, D., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, Vol 3 No 1, 71-80.
- Ramadhan, A., Turistiati, A., & Asriandhini, B. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Penerimaan Siswa Baru di SMP Diponegoro 5 Wangon, Banyumas. *Aguna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 5 No 1, 68-78.
- Rasyid, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik (Studi Kualitatif Deskriptif PAUD Terpadu Sang Pemimpin Banjarmasin). *Doctoral Dissertation*.
- Sanga, L. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran STIE Bentara Persada dengan Metode SOSTAC Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa. *Tractare*, Vol 6 No 1, 237-246.
- Surapati, M., Rasyid, A., & Nurjanah, N. (2020). Strategi Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Muhamadiyah 2 Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 9 No 1, 347-362.
- Susanto, P., Arini, D., L, Y., Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol 3 No1, 1-12.
- Van Bone, K. J., Kawengian, D. D., & Kalesaran, E. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Agen Perjalanan Emerall Tours and Travel Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, Vol 7 No 4.
- Widiyanti, E., & Prihantoro, E. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Teratai Putih Global 3 Bekasi Melalui Media Sosial Instagram Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, Vol 20 No1.
- Yanuarita, D., & Desnia, A. (2023).). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Melalui Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi di Sekolah Alam Kebun Tumbuh. *Jurnal Penelitian Inovatif*, Vol 3 No 2, 245-256.
- Zebua, J., Mendrofa, S., Lase, D., Waruwu, E., & Halawa, F. (2024). Analisis Penerapan Manajemen Talenta Dalam Meningkatkan Kinerja Guru Pada UPTD SD Negeri 070989 Hilinaa Kota Gunungsitoli. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, Vol 4 No 3, 1240-1252.