

## DAFTAR PUSTAKA

- Fadillah, I., Mone, A., Riskasari. (2021). Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik* e-ISSN: 2746-0460, Vol 2, No 1, Februari 2021.
- Firmansyah, M.A. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran (Issue June)
- Gummesson, E. (2018). *Total Relationship Marketing*. Routledge.
- Harahap, F. W., Daulay, R. R. A., Alfisyahri, N. P., Silalahi, R. P. (2023). Analisis Citra Market Place PT Tokopedia dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pasca Kebocoran Data Pengguna. *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* e-ISSN: 2962-4797; p-ISSN: 2962-3596, 29-41. Vol 3, No 1, Februari 2023.
- Hati, P. D. P., Cindoswari, R. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Indomart di Kota Batam. *Scienta Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Putera Batam*, e-ISSN: 2714-593X. Vol 5, No 5, September 2023.
- Irzani, A. F. N., Masruroh, A., Roikhan, R. M. (2022). Efektivitas NCT Dream sebagai Brand Ambassador produk Somethinc dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)* ISSN: 2807-6087, 8-1. Vol 2, No 1, Juli 2022.
- Kabeyi, M. J. B. (2019). Organizational strategic planning, implementation and evaluation with analysis of challenges and benefits for profit and nonprofit organizations. *International Journal of Applied Research*, 5(6), 27–32. <https://doi.org/10.22271/allresearch.2019.v5.i6a.5870>
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition* 17th Edition. London: *Pearson Education*.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Brady, M. K. (2020). *Marketing management. Principles of Marketing*, 18

- Kriyantono Rachmat (2014). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kusuma, K. F., Sugandi, S. M., (2018) Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Volume 3, No. 1, hlm 18-33 ISSN: 2548-3242 (cetak), eISSN: 2549-0079, Oktober 2018. <http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi>
- Kvint, Vladimir (2009). *The Global Emerging Market: Strategic Management and Economics*. Routledge. ISBN 9780203882917.
- McKnight, D.H., Choudhury, V., Kacmar, C. (2015). *Developing and validating trust measures for ecommerce: an integrative typology*. *Inf. Syst. Res.* 13(3), 334-359.
- Moloeng, Lexy J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi, A., Naryoso, A., Yuliyanto, M., Ulfa, N. S., (2022) Strategi Komunikasi Kementerian Komunikasi Dan Informatika Dalam Kampanye Nasional Penurunan Stunting. *Interaksi Online*, Vol 10, No 2, pp 152-169. April 2022
- Mulyani, S. D., Siagian, V., Darasih, R., Sabur, M., Fitria, G. N., Maharani, N., Salsabila, A., & Wardhani, A. P. (2023). *Kunci Keberhasilan Wirausaha Umkm Menghadapi Persaingan*. E-ISSN: 2622-7045, P-ISSN: 2654-3605 Volume 5, Issue 4, Juni 2023 Page 2819 Usaha Melalui Kepatuhan Kewajiban Perpajakan. *Jurnal Abdikaryasakti*, 3(1), 87–112
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri, N. A. (2017) Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Melalui Media Sosial. *Kompetensi*, Vol 11, No 2, Oktober 2017, 4(3), 57–71. <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>
- Sari, W. A., (2016) Pentingnya Ketrampilan Mendengar Dalam Menciptakan Komunikasi Yang Efektif. *Jurnal EduTech*, ISSN: 2442-6024, e-ISSN: 2442-7063 Vol 2, No 1, Maret 2016.

- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage Learning.
- Siyoto, Sodik (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono, (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M.Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed); ke2 ed)
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukayat Tata. (2016). *Manajemen Haji, Umrah, Dan Wisata Agama*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media
- Susanto, Sari, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar*, Vol 6, No 1, 2020.
- Tasnim, Andriasan, S., Martono, A., Nurhaini, M. R., Rahman, T., Nina, M., Budi, S. Y., Sudung, S., Hamidah, S. O., Liharman, S., Bonaraja, P., Maya, S., & Kusuma, D. I. (2021). *Komunikasi Pemasaran*.
- Venus, Antar. (2009). *Manajemen Kampanye : Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik cetakan ke-3*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- <https://satudata.kemenag.go.id/statistik>
- <https://haji.kemenag.go.id/v4/>