

DAFTAR PUSTAKA

- Rizan, M., Suhud, U., Rahmah, M., Tholibin, M. Z., Nafi'a, M. A., Supriatna, S., ... & Intyassari, D. P. (2023). STRATEGI BAURAN PEMASARAN.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., ... & Lova, A. N. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN: Strategi dan Praktek yang efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi mix marketing (product, price, place, promotion, eople, process, physical evidence) 7p di pd rasa galendo kabupaten ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119-127.
- Saraswati, A., & Prihadini, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 54-60.
- Rosyadi, M. I. (2018). Analisis Strategi Marketing Public Relations PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) tbk dalam Meningkatkan Pengguna Kartu Brizzi. *Komunikator*, 10(1), 1-9.
- Maulidha, R. P., Megantari, K., & Purwati, E. (2022). Analisis Strategi Marketing Publik Relations PT. Citra Mentari Mandiri Dalam Peningkatan Jumlah Pembelian. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(4).
- Topan, D. A., & Wideasanty, G. (2022). Strategi Marketing Public Relations Urban Republic Dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 65-76.
- Wiwitan, T., & Yulianita, N. (2017). Strategi marketing public relations perguruan tinggi Islam swasta: Peluang dan tantangan di era MEA. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1-10.
- Nurfitriani, A., & Suhartini, T. (2018). Strategi Marketing Public Relations Pt. Pos Indonesia. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung*, 5(1), 66-70.
- Putri, T. Y., Anggraini, T., & Harahap, R. D. (2023). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 11P Pada UMKM Tenis (Teh Nikmat Sidamanik). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 37-48.

- Rokhilawati, Y. (2022). Analisis strategi pemasaran pada produk simpanan mudharabah di bmt nusantara cabang glenmore. *Ribhuna: jurnal keuangan dan perbankan syariah*, 1(2), 075-085.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran.
- Fasa, A. W. H., Berliandaldo, M., & Prasetio, A. (2022). Strategi pengembangan desa wisata berkelanjutan di Indonesia: Pendekatan analisis PESTEL. *Kajian*, 27(1), 71-88.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. *Solo: Cakra Books*, 1(1), 3-4.
- Oktaviani, F. (2018). Strategi Branding Public Relations “Jendela Alam” dalam Mengembangkan Produk Agrowisata. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 203-213.
- Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss*.
- Kusuma, R. W., & Suwitho, S. (2015). Pengaruh Kualitas produk, harga, fasilitas dan emosional terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Sugiyono. (2012). Teknik Purposive Sampling, R & D. Bandung:CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Bandung:CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Teknik Analisis Data, R & D. Bandung:CV Alfabeta
- Tolan, M. S., Pelleng, F. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360-364.
- Prasetyo, I. (2012). Teknik analisis data dalam research and development. *Jurusan PLS FIP Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Boyd, Harper W, Orville C. Walker and Jean Claude Larreche. 2000. Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global. Alih Bahasa: Imam Nurmawan. Jilid 2. Jakarta : Erlangga

Kotler, P. (2017). *Marketing for competitiveness*. Bentang Pustaka.

Djaelani, A. R. (2013). Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. *Majalah Ilmiah Pawiyatan*, 20(1), 82-92.

Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing.

Setiawati, S. D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125-136.

