

## DAFTAR PUSTAKA

- Karolin, S. (2018). Pengaruh Kredibilitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Ekonomika*'45, 5(1).
- Paiman, P. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Desa Gucialit Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang Studi Kasus Pada Komunitas Gowa (Gucialit Organisasi Wisata Alam).
- Ridho, Z., & Firdausiyah, S. R. (2021). Strategi Pemasaran Produk Umroh Di Pt. Nur Haramain. *Haramain: Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(2), 95-101.
- Setiawan, R., & Nurjanah, N. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Admin Facebook Pjbo (Pekanbaru Jual Beli Online) Dalam Menarik Minat Member Tersurvey Di Pekanbaru (Doctoral dissertation, Riau University).
- Subianto, T. (2007). Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). Bandung: Alfabeta, 28, 1-12.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16-29.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16-29.
- Tarigan, H., & Saputro, G. E. (2021). The Role Of The Indonesian National Army (Tni) In Countering Terrorism. *Jurnal Pertahanan: Media Informasi Ttg Kajian & Strategi Pertahanan Yang Mengedepankan Identity, Nasionalism & Integrity*, 7(1), 100-112.
- Tunggal, A. C. (2015). Studi Deskriptif Rekrutmen dan Seleksi pada PT. Multi Artistikacithra. *Agora*, 3(1), 647-650.

Tutor, M. A. (2015). Business growth thru social media marketing. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 13(4), 873-880.

Rachmat, I. (2014). Perencanaan Komunikasi Pemasaran Pada Iptv Pt. Telkom Dcs Barat Regional Ii Jakarta. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 11(1).

Julmahanani, J., Ramli, R., & Fajarina, F. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran PT Media Fajar dalam Meningkatkan Pembaca. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(01).