

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Arsyad, A. (2011). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ayu, Ni Gusti dan Kadek Sutari. (2017). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Gojek Dalam Meningkatkan Brand Awareness Cabang Bali*.
- Bulkis, Annedia Yanieswara. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Pada PT. Hikmah Perdana Tour di Makassar*.
- Cangara, H. (2003). *Pengantar Ilmu Komunikasi. (Cetakan Keempat)*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Effendy, O.U. (2006). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O.U. (2009). *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Ensiklopedia Bebas, Wikipedia. (2021). *Analisis SWOT*. Diakses pada 13.18, April 14, 2022, dari https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan, Jawa Timur: Qiara Media.
- Herimanto & Winarno. (2012). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidjanto, D & Andi Fachrudin. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Jakarta: Kencana.
- Irsyadillah, Muhammad Syafiq. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Your All Payment (YAP) PT Bank Negara Indonesia Kantor Wilayah Palembang*.
- Jambak, Rilinda Salwa Jahira. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Roti Kacang Rajawali Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Kota Tebing Tinggi (Studi Deskriptif Pada UD. Arum Manis)*.
- Junaedi, F. (2007). *Komunikasi Massa: Pengantar Teoritis*. Yogyakarta: Santusta.
- Kementerian Keuangan. (2021, 6 Agustus). *Menkeu: Pertumbuhan Ekonomi 7,07%, Strategi Pemulihan Ekonomi Sudah Benar*. [Kemenkeu.go.id](http://kemenkeu.go.id).
- Kurniyati, Apsari Wahyu. (2017). *Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NguberJEK*.

- Mardiyansyah, Yogi. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kafe Han's Kopi Dalam Memperkenalkan Brand-nya*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan, M.A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nidillah, Wijuli. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Handphone dalam Menarik Minat Pembeli (Studi Pada Sosial Media Instagram Apple_TBH)*.
- Octaviany, Andi Annisa Indira. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Kuliner Bolu Ta' Makassa Dalam Menghadapi Persaingan*.
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan – Instagram*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi Pemasaran (Strategi & Taktik Dilengkapi Analisis SOSTAC & STOP-SIT)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Putra, Dwi Aditya. (2020, 5 November). *Pertumbuhan Ekonomi Kuartal III-2020 Minus 3,49 Persen*. Merdeka.com.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Septia, Annisa Pinki. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Indihome dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Kota Serang*.
- Sejati, Nugroho. (2021, 1 Oktober). *Pasar Mayestik Terapkan Aplikasi Peduli Lindungi*. Beritajakarta.id.
- Susanto, P.A.S. (1980). *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. (Jilid 2). Bandung: Bina Cipta.
- Susanto, P.A.S. (1980). *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Bandung: Bina Cipta.
- Taqwa, Dwi Muhammad dan Hardiyansyah. (2020). *Analisis Ekuitas Merek Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Moda Ojek Online Grab*.