

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmito W. 2008. *Sistem Kesehatan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Adisasmito, W. 2008. *Audit Lingkungan Rumah Sakit*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ahmad, K., 2016. *Integrated Marketing Communication and Brand Image in Saudi Private Sector Hospitals: An Empirical Investigation*. International Journal of Bussiness and Management, 11(11), pp. 94-100. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v11n11p94>
- Alma, Buchari. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Anastasia Yekti Heningnurani. 2019. *Strategi Pemasaran RSUD H Abdul Manap Kota Jambi*. Jurnal ARSI. Fakultas Kesehatan Masyarakat Indonesia, Vol. 9 No 2.
- Anggraeni, S., 2015. *Implementasi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen*. Jom FISIP, 2(1), pp. 1-14. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5067>
- Ardani, W., Suprpti, S. & Wayan, N., 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan WOM (Studi di RSUD Wangaya Denpasar)*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 1(2), pp. 240-254. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/2047>
- Ariani, N. P. R., & Ilyas, Y. (2021). *Analisa Produk Layanan Igd Dental Di Rsgm Yarsi Berdasarkan Stp (Segmenting, Targeting, Positioning)*. Jurnal Medika Utama, 3(01).
- Assauri, Sofyan. 2011. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan strategi*. PT. Jakarta: Grafindopersada.
- Astiti, Shita Hayyuning. Ilyas, Yaslis. 2021. *Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran RS Hermina Karawang di Era Pandemi Covid-19*. Vol-7 No 2 Oktober 2021. Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS. DR. Soetomo.
- Belch, George E. Michael A Belch. 2012. *Advertising and PromotionL An Integrated Marketing Communications Perspective 6<sup>th</sup> ed*. New York: McGraw-Hill Inc.
- Chanarah, J. & Njuguna, R. K., 2015. *The Effect of Promotional Mix Tools on Brand Equity Among Hospitals in Nairobi Country*. International Journal of Sales, Retailing and Marketing, 4(6), pp. 45-51. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:55927768>
- Chandra, G. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Charanah,J. Njuguna,R.K. 2015. *The Effects Of Promotional Mix Tools On Brand Equity Among Hospitals In Nairobi County*. International Journal Of Sales, Retailing And Marketing, 4(6):45-51. SEP
- Cutlip, Scott M, Center, Allen H, dan Broom. 2000. *Efektive Publik Relations. 5 th Edition*. New Jersey : Prentice-Hall Internasional Inc.
- Greener, Tony. 2002. *Kiat sukses Publik Relations dan Pembentukan Citranya*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hartono B. 2010. *Manajemen Pemasaran untuk Rumah Sakit*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Herfiza, A. 2018. *Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Islam Malahayati dalam Meningkatkan Kunjungan Pasien di Kota Medan*. JOM FISIP, 5(1), pp. 1-11. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/17153>

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Huriyati. 2008. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Jefkins Frank. 2003. *Publik Relations, 5 th Edition*. Jakrta : Erlangga.

Kementrian Kesehatan RI. 2022. *Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2001*. Jakarta. <https://www.kemkes.go.id/downloads/resources/download/pusdatin/profil-kesehatan-indonesia/Profil-Kesehatan-Indonesia-2021.pdf>

Komisi Pengawas Persaingan Usaha. 2020. *Penelitian Pelaku Usaha Dan Struktur Pasar Pada Sektor Jasa Rumah Sakit*. <https://kppu.go.id/wp-content/uploads/2021/01/Rumah-Sakit-2020-Ringkasan-Eksekutif.pdf>

- Kotler dan Armstrong. 2008. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler P. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, & Amstrong. 2006. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid dua*. Terjemahan. Jakarta: PT. INDEKS
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2015. *Marketing Management, Global Edition*. UK: Pearson Education.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid2*. Jakarta
- Kotler, Philip. 2003. *Managemen Pemasaran Analisis,Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi 5. Jilid 2. Jakarta : Prehalindo
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali
- Kotler, Phillip. 2009. *manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Lestari, P. 2015. *Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan*. *Jurnal Interaksi*, 4(2), pp. 139-147. <https://doi.org/10.14710/interaksi.4.2.139-147>
- Lestari, Sinta P. 2016. *Hubungan Komunikasi Pemasaran Dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan*. *Majalah Ilmiah Inspiratif*. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/INSPI/article/view/619/601>
- Lupiyoadi, R dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nainggolan, S. A. 2016. *Gambaran Segmentasi Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Muhammadiyah Taman Puring Tahun 2016*. Uin Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan, 2016.
- Nirwana.2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma

Nurbayti. 2019. *Gambaran Efektivitas Even Marketing Di RSIA Kemang Medical Care Tahun 2014*. Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan UIN Syarif Hidayatullahi : Jakarta

Oana, D., 2018. *Integrated Marketing Communication and Its Impact on Consumer Behavior*. Studies in Business and Economics, 2(13), pp. 92-102. <https://doi.org/10.2478/sbe-2018-0022>

Patel, S., Ramesh, R., Mehra, S. & Rathod, S., 2017. *IMC Preferences at Super Speciality Hospitals*. International Journal of Advanced Scientific Research and Management, 2(5), pp. 1-9. [http://ijasrm.com/wp-content/uploads/2017/05/IJASRM\\_V2S5\\_232\\_1\\_9.1.pdf](http://ijasrm.com/wp-content/uploads/2017/05/IJASRM_V2S5_232_1_9.1.pdf)

Ratih, H. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Rejeki, S. H. 2012. *Gambaran Dan Persepsi Pasien Terhadap Marketing mix Unit Rawat Jalan Rumah Sakit M.H. Thamrin Salemba Tahun 2011* Skripsi, 115.

S. Supriyanto dan Ernawati, 2010. Judul: Pemasaran Industri Jasa Kesehatan. Penerbit CV Andi Offset: Yogyakarta.

Santoso, Y., 2018. *Transformasi Integrated Marketing Communication di Era Digital*. Jurnal Pustaka Komunikasi, 1(2), pp. 313-326. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v1i2.710>

Sari, W. & Semiarty, R., 2019. *Integrated Marketing Communication (IMC) Program Design at Naili DBS Hospital*. Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen, 7(4), pp.484-495. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/558>  
Satisfaction edisi 3 ,Yogyakarta: Andi.

Selang, Christian. Bauran Pemasaran (Marketing Mix). 2013. *Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Fres Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA. Manado: Universitas Sam Ratulangi; 2013

Shofiana, Annisa. 2019. *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pasien Pada Rumah Sakit Annisa Medika 2 Pekanbaru*. Vol. 6. Edisi II Juli. JOM Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

Sri Henny. 2017. *Pengaruh Persepsi Pasien Tentang Mutu Pelayanan Dokter Spesialis Obstetri dan Ginekologi Terhadap Minat Kunjungan Ulang di Rumah Sakit dr.Pirngadi Medan*. Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Program Studi Kesehatan Masyarakat. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV Alfabeta, Bandung. 2005.

Supriyanto, S. Dan Ernawaty. (2010). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*.

Sutojo, S. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.

Tjiptono, F. 2008. *Service Marketing*. Yogyakarta: Marknesis.

Tjiptono, Fandy, Ph.D dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality &*

*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Kesehatan*. 2009. *Lembaran Negara Republik Indonesia*. Jakarta

Wachnadiyah, Ayu Rizki. Wijaya, Satriya. Fasya, Abdul Hakim. 2020. *Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Menunjang Pemasaran*. National Conference for Ummah.

Wahyuni, D., 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Mata Pekanbaru Eye Center (PBEC) dalam Membangun Brand Awareness*. JOM FISIP, 6(1), pp. 1-15. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/24124>

Wahyuni, Desy. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Mata Pekanbaru Eye Center (PBEC) Dalam Membangun Brand Awareness*. Vol. 6: Edisi I Januari – Juni 2019. JOM FISIP UNRI.

