

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, E. D., & Ariyani, N. (2022). Model Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Dalam Pengembangan Bisnis Media Berkelanjutan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 7(1), 143. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v7i1.22323>
- Ahmad, N. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(2), 233–254.
- Asisdiq, I. S., & Side, S. (2021). Analisis Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran pada Beberapa Perusahaan di Kota Palopo Jabaluddin. *Pendidikan Kimia PPs UNM*, 1(1), 91–99.
- Keller, K. dan, & (2016). (2016). *Sufandy, Analisis dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam, 2019*.
- Kotler, K. (2017). *Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. intro ( PDFDrive ).pdf* (p. 6).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Philip\_Kotler\_Manajemen\_Pemasaran\_Edisi.pdf* (p. 19). <http://docplayer.info/31435130-Bab-iii-landasan-teori-membeli-untuk-mewujudkan-kepuasan-konsumen-maka-perusahaan-harus.html>
- Mardiyanto, D., & Slamet, G. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MERCHANDISE DI KEDAI DIGITAL 8 SOLO (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran). *Surakarta Management Journal*, 1(1), 43. <https://doi.org/10.52429/smj.v1i1.329>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Mulyantomo, E., Widowati, S. Y., & Andriani, N. D. (2021). STRATEGI PENJUALAN ANEKA JAJANAN TRADISIONAL (Studi Kasus Pada Toko Novi Snack Cabang Tlogosari). *Solusi*, 19(4), 253. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i4.3903>
- Prasetyo, R. R. (2013). Bentuk Bentuk Komunikasi Pemasaran Yang Digunakan Dalam Program Telkomsel School Community Oleh Telkomsel Surabaya. *Jurnal Commonline Departemen Komunikasi*, 4(1), 162–172.
- Rusman, K., Desie, D., Warouw, M. D., & Yuriewaty, D. (2015). Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Produk. *Acta Diurna*, IV(5), 7. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/viewFile/9455/9028>

- Saragih, K. R. M., Purba, F., & Sipayung, T. (2021). Strategi Komunikasi Penyiar Radio KARINA Pematangsiantar Dalam Program Nostalgia. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 187–195. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v3i2.132>
- Suherman, K. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods PT. Expand Berlian Mulia di Semarang. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83–98.
- Tampubolon, D. N. S., Widiastuti, W., & Yuliati. (2021). Komunikasi Pemasaran Hotel Jodipati Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Hunian di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 11–18. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.5.2.11-18>
- Winda Kustiawan, Ja'far, J., Amran Sahputra Tanjung, Ali Akbar Siregar, Azbar Rifa'i, & Anggi Martuah Purba. (2022). Sejarah Singkat Radio, Format, Perangkat Siaran, Revolusi Serta Keunggulan Dan Kelemahannya. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(3), 85–90. <https://doi.org/10.55606/juitik.v2i3.350>

