

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ardial. (2015). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi* (2 ed.). Sinar Grafika Offset
- Gunadi, Y. (1998). *Himpunan Istilah Komunikasi* (D. Herfan (ed.)). PT Gramedia
- Hikmat, M. M. (2019). *Komunikasi Politik Dalam Pilkada Langsung (Teori dan Praktik)* (N. S. Nurbaya (ed.); 1 ed.). PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (ed.); 12 ed.). PT Gelora Aksara Pratama.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Vol. 1, Nomor 1).
- Rismawaty, Surya, D. E., & P, S. J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (1 ed.). Penerbit Rekayasa Sains.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran - Google Books* (Sobirin (ed.)). CV Sah Media. [https://www.google.co.id/books/edition/Konsep\\_dan\\_Strategi\\_Pemasaran/pZuDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=strategi+pemasaran&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Konsep_dan_Strategi_Pemasaran/pZuDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=strategi+pemasaran&printsec=frontcover)
- Solihat, M., Purwaningwulan, M. M., & Solihin, O. (2015). *Interpersonal Skill*. Rekayasa Sains.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (M. F. Rakhmat (ed.); 1 ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Syam, N. W. (2018). *Model-model Komunikasi* (2 ed.). Simbiosis Rekatama Media
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2 ed.). C.V ANDI OFFSET.
- Widjaja, H. A. . (2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (2 ed.). PT RINEKA CIPTA.

### E-BOOK

- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian - Google Books* (Amirullah (ed.); 1 ed.). Media Nusa Creative.

[https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku\\_Konsumen\\_dan\\_Keputusan\\_Pembelia/CHRMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=buku+tentang+perilaku+pembelian+konsumen&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen_dan_Keputusan_Pembelia/CHRMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=buku+tentang+perilaku+pembelian+konsumen&printsec=frontcover)

Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi ... - Dr. Redi Panuju, M.Si. - Google Buku*. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=fDa2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+pengantar+ilmu+komunikasi&ots=yaPfc6kjVT&sig=dV4qeFI-n3tCJ9sFmqzZWQCPYio&redir\\_esc=y#v=onepage&q=buku+pengantar+ilmu+komunikasi&f=false&id=1b9X83Inbc5teg4QU9Wb7f5M&redir\\_esc=y#v=onepage&q=pengantar+ilmu+komunikasi&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=fDa2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+pengantar+ilmu+komunikasi&ots=yaPfc6kjVT&sig=dV4qeFI-n3tCJ9sFmqzZWQCPYio&redir_esc=y#v=onepage&q=buku+pengantar+ilmu+komunikasi&f=false&id=1b9X83Inbc5teg4QU9Wb7f5M&redir_esc=y#v=onepage&q=pengantar+ilmu+komunikasi&f=false)

Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., Yuliani, D. R., Widiastuti, A., Qayyim, I., Djalil, N. A., Purba, S., Yusmanizar, Y., & Giswandhani, M. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=YkwCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+pengantar+ilmu+komunikasi&ots=eDsAkVleWe&sig=KT4ggh\\_ZhISNv92Nb5cTCKe35Js&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=YkwCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+pengantar+ilmu+komunikasi&ots=eDsAkVleWe&sig=KT4ggh_ZhISNv92Nb5cTCKe35Js&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Aplikasinya*. CV. Pustaka Abadi. [https://www.google.co.id/books/edition/New\\_Komunikasi\\_Pemasaran\\_Teori\\_dan\\_Aplik/3l6tDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=buku+komunikasi+pemasaran&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/New_Komunikasi_Pemasaran_Teori_dan_Aplik/3l6tDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=buku+komunikasi+pemasaran&printsec=frontcover)

## **PENELITIAN TERDAHULU**

Maldina, E. Y. (2016). *STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA BUTIK CALISTA.[SKRIPSI] - eprint UIN Raden Fatah Palembang [UIN Raden Fatah Palembang]*. <http://eprints.radenfatah.ac.id/1120/>

Selang, C. A., Bauran Pemasaran, P., & Selang Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, C. A. (2013). BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO. *Jurnal EMBA*, 71, 71–80. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1374/1085>

Utari, Y. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGINAP DI HOTEL BEST SKIP PALEMBANG - Repository UIN Raden Fatah Palembang*. <http://repository.radenfatah.ac.id/15023/>

Widyaningtyas, M. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran 372 Kopi Bandung (Studi Deskriptif mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran 372 Kopi Melalui Media Sosial dalam Menarik Minat Followers untuk Menjadi Konsumennya)*. 3, 10

#### **JURNAL**

Suryani, W. (2015). Komunikasi Transendental Manusia-Tuhan. *Jurnal IAIN Gorontalo*, 12, 150–163.  
[https://www.academia.edu/download/54163913/Farabi-15\\_ok-154-167.pdf%0Ahttps://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/syiar/article/view/894/756](https://www.academia.edu/download/54163913/Farabi-15_ok-154-167.pdf%0Ahttps://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/syiar/article/view/894/756)

Thadi, R. (2017). Komunikasi Transendental: Shalat Sebagai Bentuk Komunikasi Transendent. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 17(2), 43.  
<https://doi.org/10.29300/syr.v17i2.894>

#### **INTERNET SEARCHING**

Uno, H. B. (2020). Prosiding Webinar Magister Pendidikan Dasar Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo “ Pengembangan Profesionalisme Guru Melalui Penulisan Karya Ilmiah Menuju Anak Merdeka Belajar. *Pardigma Penelitian*, 85–94