

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, W., & Damrus. (2021). *Penerapan Pemasaran Relasional dalam Pembelian Secara Online Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Medan Area*. 5, No 1. <http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/3467/2059>
- Ariyanto, A. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi* (H. Wijoyo, D. Sunarsi, & I. Indrawan, Ed.). Insan Cendekia Mandiri. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ZPgkEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=strategi+pemasaran&ots=DLSf2o69FP&sig=4GVxCakGFL_T_ys9SDoQXvRwU9Q&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi%20pemasaran&f=false
- Carollina, D., Angkawijaya, Y., & Abednego, V. (2022). *Analisis "AIDA" Pada Konten Instagram "MADAME GIE" Terhadap Minat Beli Konsumen*. 05 No.02. <https://doi.org/doi.org/10.31598>
- Cut devi maulidasari, & Yusnaldi S.Sos., M. C. (2018). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Bank Aceh Melalui Pendekatan Teori AIDA*. 2.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). CV. Andi Offset.
- Fatima, D., Suyanto, D. (2022). *Marketing Strategy Analysis of DJ Arie Public Speaking and Broadcasting School*. *Asian Journal of Research in Business and Management*. Vol. 4, No. 1. <https://doi.org/10.55057/ajrbm.2022.4.1.24>
- Fawzi, M., Iskandar, A., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi* (D. Putri, Ed.). Pascal

Books.

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=73hjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=strategi+pemasaran&ots=YQEMUMDEjy&sig=KtZ9efxEiwkPIUTfwjahrtNrTSc&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi%20pemasaran&f=false

Febi Safitri, I., & Moertono S, B. (2022). Penyusunan Strategi Marketing (Studi Kasus pada Pancawarna Tour dan Travel). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(3), 496–506. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i3.553>

Fitrohhana, shofian. (2015). *Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Dalam Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. Djarum Kudus (Djarum Super)*. <http://eprints.dinus.ac.id/id/eprint/17183>

Hardani, Auliya, N., Andriani, H., Fardani, R., Ustiawaty, J., Utami, E., Sukmana, D., & Istiqomah, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; 1 ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta. https://www.researchgate.net/publication/340021548_Buku_Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif

Hasan, A. (2017). *Power Relationship Marketing dalam Bisnis*. 15(Media Wisata). <https://doi.org/doi.org/10.36276/mws.v15i1.88>

Hidayah, R. T. (2017). Pengaruh E–Trust Dan Marketing Public Relation Terhadap E–Loyalty Konsumen Situs Jual Beli Lazada. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 2(2), 1-17.

Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN : Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. <https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=PYfCDwAAQBAJ&oi=f>

nd&pg=PR3&dq=pemasaran&ots=mbadEGlw5f&sig=q3aQC9xG4HTT3-
ZlGpJxAf_rPzw&redir_esc=y#v=onepage&q=pemasaran&f=false

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. PT Refika Aditama.

Krisnawati, A., Yudoko, G., & Bangun, Y. (2018). *Modeling an Effective Corporate Social Responsibility Based on System Theory and Management Function : A Case Study In Indonesia*. *International Journal of Business and Society*. Vol. 19 S2. 250.
<http://www.ijbs.unimas.my/images/repository/pdf/Vol19-S2-paper5.pdf>

Kurnia, A. (2021). *Strategi Pemasaran Digital Sebagai Destinasi Desa Wisata ; Pemanfaatan Pemasaran berbasis Digital sebagai Upaya Pemasaran Desa Wisata di Indonesia*. Universitas Bakrie.
<http://repository.bakrie.ac.id/id/eprint/5985>

Martini, E., Wibowo, L., Rahayu, A., & Hurriyati, R. (2022). *Website As An Communication Tool And Branding Strategy In Telecommunication Companies*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 24 No. 1. 82.
<https://scholar.google.co.id/citations?user=ly83gGMAAAAJ&hl=en>

Pristikawati, P. (2018). *Analisis Efektivitas Iklan Deduren di Media Sosial Facebook Dengan Metode AIDA (Attention, Interest, Desire, And Action)* [Universitas Muhammadiyah Malang].
<http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/43458>

Qurthuby, M., Alhifni, A., & Muhlisin, S. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Respon Nasabah Mengambang Pada Bank Syariah (Studi Pada Bank

Syariah Di Wilayah Cibadak-Sukabumi). *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 17–39.

Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian* (A. Effendy, Ed.). Cipta Media Nusantara. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=metode+penelitian&ots=f2sI3POuaw&sig=rwVCoIMZJagqhbPuaCM7IPoBga0&redir_esc=y#v=onepage&q=metode%20penelitian&f=false

Rangga, H., & Andriani, L. (2022). *Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Sebagai Strategi Pemasaran Online Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : Toko Shenaz Fashion)*. 2 (11). <http://teknologiterkini.org/index.php/terkini/article/view/288>

Rizkianingsih, W., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2020). Pemasaran Relasional Pada Toko Ijen Desa Cindogo, Kecamatan Tapen, Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 14. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i1.12280>

Saleh, M., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=pZu-DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=strategi+pemasaran&ots=rY0_qGWkPl&sig=o6-89Ux6bRL2J0k7foGFPbaTfYI&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi%20pemasaran&f=false

Sayyid, M. (2020). *Startegi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Zifatama Jawara. <https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=TnAJEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA41&dq=strategi+pemasaran&ots=fX9HNpvEz6&sig=y95iAfIF>

A4M3LKRuX4jkWtAXVc8&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi%20pemasaran&f=false

Siregar, A. (t.t.). *Pengaruh Pemasaran Relasional dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Labuhan Batu Utara*. Diambil 13 Januari 2023, dari <http://www.jurnal.una.ac.id/index.php/pionir/article/view/180>

Sugiarto. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Mulyanta, Ed.; Ed.2. Cetakan 1). Penerbit ANDI. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=qTpcEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metodologi+penelitian&ots=YMlOeudU_G&sig=KeF3YBy7g7HrGoO7OENcNQEIpq0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (22 ed.). Alfabeta.

Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. PT. Penerbit IPB Press. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gjP4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=strategi+pemasaran&ots=hXXlDxlCec&sig=Jng43K4yT5iEU9By0WUnO8b4y0c&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi%20pemasaran&f=false

Yusriadi. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Konsumen Pada (PPJK) Perusahaan Pengurus Jasa Kepabeanan PT. Jasa Mutiara Samudra Pekanbaru. *Eko dan Bisnis (Riau Economics and Business Reviewe)*, 2. <https://ekobis.stieriau-akbar.ac.id/index.php/ekobis/article/view/26>