

DAFTAR PUSTAKA

- Almenara, J. C., Tena, R. R., & Rodríguez, A. P. (2020). Evaluation of Teacher Digital Competence Frameworks Through Expert Judgement: the Use of the Expert Competence Coefficient. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 9(2).
- Anand, G., & Kodali, R. (2008). Benchmarking the benchmarking models. *Benchmarking An International Journal*, 12(3). Diambil dari https://www.researchgate.net/publication/242349872_Benchmarking_the_benchmarking_models
- Andrews, J., & Shimp, T. (2018). *Adversiting, Promotion, and other aspect of Integrated Marketing Communications*. (Massacushets, Ed.) (10 ed.). Boston: United States of America: Cengage Learning.
- Ashfiya, Z., & Rahmawati, P. (2018). PERBANDINGAN TINGKAT ENGAGEMENT ANTARA POST FOTO DAN VIDEO INSTAGRAM (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM PERUSAHAAN BERBASIS APLIKASI SMARTPHONE). *MANAJEMEN BISNIS INDONESIA*. Diambil dari <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/jmbi/article/viewFile/12911/12453>
- Astuti, Y., Suyanto, M., & Kusriani. (2011). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN UNTUK PEMILIHAN PERGURUAN TINGGI KOMPUTER SWASTA. *DASI*, 12(1). Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/195994-ID-sistem-pendukung-keputusan-untuk-pemilih.pdf>
- Badan Pusat Statistik. (2018). BPS-Bekraf Lanjutkan Kerja Sama Penyusunan Data Statistik Ekonomi Kreatif. Diambil 26 September 2020, dari <https://www.bps.go.id/news/2018/10/15/234/bps-bekraf-lanjutkan-kerja-sama-penyusunan-data-statistik-ekonomi-kreatif.html>
- Banerjee, J., & Bueti, C. (2012). *General Specifications and KPIs*. The International Telecommunication Union (ITU).
- Belch, G., & Belch, M. (2018). *Advertising and Promotion An Integrated*

- Marketing Communications Perspective* (11 ed.). McGraw-Hill Education.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice* (6 ed.). Pearson Education Limited.
- Clow. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (8 ed.). Pearson Education.
- Firdhausya, N., Wulandari, S., & Sagita, H. (2020). PERANCANGAN PERBAIKAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA APLIKASI LANGIT MUSIK MENGGUNAKAN METODE BECHMARKING DAN TOOL ANALYTICAL HIERARCY PROCESS (AHP). *Jurnal Pro Bisnis*, 13(2).
Diambil dari
<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/probisnis/article/view/1046>
- Fraenkel, J., Wallen, N., & Hyun, H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education* (8 ed.). MCGraw-Hill.
- Fudsyi, M. I. (2017). PENGARUH AUDIT PEMASARAN TERHADAP EFISIENSI DAN EFEKTIFITAS FUNGSI PEMASARAN PADA POLITEKNIK LP3I BANDUNG. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 3(2).
- Ghassani, A., Amani, H., & Aurachman, R. (2018). *Usulan Perancangan Komunikasi Pemasaran pada Humeera hijab dengan Menggunakan Metode Benchmarking dengan Tool Analytical Hierarchy Process*.
- Heryani, N., Pawitan, H., Purwanto, M. Y. J., & Subagyo, K. (2013). PENYUSUNAN MODEL KONSEPTUAL HUBUNGAN ANTARA PROSES LIMPASAN DENGAN PENCUCIAN UNSUR HARA. *Jurnal Sumber Daya Air*, 9(1), 25–38.
- Imran, I., Wulandari, S., & Rendra, M. (2020). Usulan perbaikan program komunikasi pemasaran sandal bearpath menggunakan metode benchmarking dan tool Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jurnal Pro Bisnis*, 13(2), 11–25. Diambil dari
<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/probisnis/article/view/1035>
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *MARKETING MANAGEMENT* (15 ed.). Harlow: Pearson.

- Lestari, S. (2015). HUBUNGAN KOMUNIKASI PEMASARAN DAN PROMOSI DENGAN KEPUTUSAN MEMILIH JASA LAYANAN KESEHATAN (STUDI PADA RUMAH SAKIT ISLAM LUMAJANG). *Jurnal Interaksi*, 4(2). Diambil dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/download/9757/7823>
- Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsih, M. (2016). STUDI DESKRIPTIF PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBERDAYA MANUSIA SERTA PENGGUNAAN METODE BEHAVIORAL EVENT INTERVIEW DALAM MEREKRUT KARYAWAN BARU DI BANK MEGA CABANG KUDUS. *Journal of Management*, 2(2). Diambil dari <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/604>
- Paulus, M., & Devie. (2013). Analisa Pengaruh Penggunaan Benchmarking Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, 1(2). Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/189673-ID-analisa-pengaruh-penggunaan-benchmarking.pdf>
- Ryhänen, H. (2019). Analysing Instagram Posts and Consumer Engagement. *International Business Management*.
- Saaty, T. (1990). THE ANALYTIC HIERARCHY PROCESS IN CONFLICT MANAGEMENT. *The International Journal of Conflict Management*, 1(1), 47–68.
- Setiadi, I. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Mobil Bekas dengan Metode AHP dan SAW pada Nava Sukses Motor. *Jurnal String*, 3(3).