

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahsani, H. F. (2018). Proses Branding Kallia Coffee Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Skripsi*, 1–87.
- Firmansyah, M. A., & SE, M. (2020). Komunikasi Pemasaran. Penerbit Qiara Media
- Ikhsani, K., Catur Widayati, C., & Endah Retno Wuryandari, N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Promosi, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pasca Covid-19. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 81–90. <https://doi.org/10.52909/jbemk.v1i1.31>
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Vonseica, B. R. (2021). Pengaruh destination image terhadap revisit intention dan intention to recommend melalui satisfaction sebagai variabel intervening. In *Management and Business Review* (Vol. 5, Issue 2). <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5820>
- Lestari, S. P. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Produk. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 139–147.
- Naufal, A. F., & Fitri, S. E. (2020). Analisis Pengaruh Paket Wisata Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berlibur. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 96–105.
- Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17–26. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.937>
- Syahputra, Y. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Pada PT. Raja Grafindo Persada. *Doctoral Dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*.
- Arianto, N., & Jefri Muhammad. (2018). PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA HOTEL DHARMAWANGSA. *SeMaRak*, 1, 111.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.
- Ikbal, M., & Mochammad Abdul Ghofur. (2019). EFEKTIVITAS UNGGAHAN FOTO DI AKUN INSTAGRAM @INDOTRAVELLERS.CO TERHADAP MINAT BERLIBUR KOMUNITAS BACKPACKER MALANG. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8 .
- Kurnianti, A. W. (2017). Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*.
- Naufal, A. F., & Sisca Eka Fitria. (2020). Analisis Pengaruh Paket Wisata Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berlibur. *Open Library Publications*, 7, 3-5.
- Nurdin, A., Agoes Moh. Moefad, Advan Nafis Zubaidi, & Rahmad Hariyanto. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press.
- Pratiwi, N. I. (2017). PENGGUNAAN MEDIA VIDEO CALL DALAM TEKNOLOGI KOMUNIKASI. *Ilmiah Dinamika Sosial*, 1, 212.
- Prof. Dr. Endang Widi Winarni, M. (2018). *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif Penelitian Tindakan (PTK) Research and Development (R&D)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Purnomo, P., & Maria Sekar Palupi. (2016). PENGEMBANGAN TES HASIL BELAJAR MATEMATIKA MATERI MENYELESAIKAN MASALAH YANG BERKAITAN DENGAN WAKTU, JARAK DAN KECEPATAN UNTUK SISWA KELAS V. *Jurnal Penelitian*, 20, 152.
- Rahmadi, S. M. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.

Rustan, A., & Nurhakki Hakki. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish. Retrieved 2022

Tasnim, Andriasan Sudarso, Martono Anggusti, Risma Nurhaini Munthe, Rahman Tanjung, Nina Mistriani, . . . Indah Kusuma Dewi. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.

Ulfah Haneny, M. P. (2021). *Pengantar Statistika I*. Bandung: CV. Median Sains Indonesia.

- Ahsani, H. F. (2018). Proses Branding Kallia Coffee Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Skripsi*, 1–87.
- Firmansyah, M. A., & SE, M. (2020). Komunikasi Pemasaran. Penerbit Qiara Media
- Ikhsani, K., Catur Widayati, C., & Endah Retno Wuryandari, N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Promosi, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pasca Covid-19. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 81–90. <https://doi.org/10.52909/jbemk.v1i1.31>
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Vonseica, B. R. (2021). Pengaruh destination image terhadap revisit intention dan intention to recommend melalui satisfaction sebagai variabel intervening. In *Management and Business Review* (Vol. 5, Issue 2). <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5820>
- Lestari, S. P. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Produk. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 139–147.
- Naufal, A. F., & Fitri, S. E. (2020). Analisis Pengaruh Paket Wisata Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berlibur. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 96–105.
- Syafrickurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17–26. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.937>
- Syahputra, Y. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Pada PT. Raja Grafindo Persada. *Doctoral Dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*.