

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianto, Mochamad Amboro, Azzah Rihhadatul“Ais, Intan Nur Syafiqah, Madarena Afrah Saputro, and Zaid Umar El Farouq, „Proses Komunikasi Pemasaran Dalam Memperkuat Brand Awareness Pekan Raya Jakarta (PRJ)“, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.3 (2023), 20760–65
- Andriani, Nita, „Proses Komunikasi Bisnis Mini Market Islam Sebagai Pendidikan Kemandirian Santri“, *Al-Hikmah*, 18.2 (2020), 157–68
- Arifin, Moh Samsul, „Proses Komunikasi Branding Perguruan Tinggi“, *AL-IBRAH*, 6.1 (2021), 70–102
- Aulya, Dinda, and Rahma Santhi Zinaida, Proses Komunikasi Pemasaran Z Coffee Shop Palembang Dalam Upaya Menciptakan Brand Awareness“, *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4.4 (2022), 4659–66
- Behri, Mat, „Proses Komunikasi Dalam Pemasaran Mutu Pendidikan Di MTs Negeri Pamekasan“, *Fikrotuna: Jurnal Pendidikan Dan Manajemen Islam*, 13.01 (2021), 102–14
- Christian, Mikael Kevin Hodie, and Zon Vanel, „Proses Komunikasi Pemasaran TATV Untuk Meningkatkan Jumlah Pengiklan“, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6.2 (2023), 247–65
- Firdaus, Fahmi Ichsan, and Zia Firdaus Nuzula, „Tinjauan Nilai-Nilai Pemasaran Islam Terhadap Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Pada Kegiatan Penerimaan Santri Baru“, *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 2023, 35–40
- Hilmi, Mustofa, M Alfandi, and Sefdha Pridayanti, „Proses Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan Dan Dakwah Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Kota Semarang“, *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 8.2 (2022), 127–45
- Indriani, Fera, Farah Diba, Dudun Ubaedullah, and Arizqi Ihsan Pratama, ProsesPemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam“, *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6.2 (2021), 131–48
- Jessica, Abigail, and Riris Loisa, „Proses Komunikasi Pemasaran Dalam Penyelenggaraan Event Online (Studi Kasus Pada PT. MarkPlus Indonesia)“, *Kiwari*, 1.1 (2022), 219–27
- Junaris, Imam, and Nik Haryanti, „Manajemen Pemasaran Pendidikan“, 2022
- Mubarakah, Amalina, Sri Wahyuni, and Mukhamad Zulianto, „Proses Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@

- Osingdeles)", *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 16.1 (2022), 98–104
- Muhariani, Wulan, „Proses Komunikasi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta Di Masa Pandemi COVID-19“, *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1.1 (2022), 55–65
- Octora, Harlyan, and Silvanus Alvin, „Proses Komunikasi Pemasaran Terpadu Digital Pada Proses Penerimaan Mahasiswa Baru Untar“, *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9.2 (2022), 261–70
- Pramudyawati, Diah, and S M Budiyanto, „Word Of Mouth Sebagai Proses Komunikasi Pemasaran Konveksi Fajar Busana Di Desa Ngargorejo Boyolali“ (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021)
- Prasasti, Wahyudi, „Membangun Relationship Dengan Dunia Usaha/Dunia Industri Sebagai Proses Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Di SMK Pelita 2 Bandung)“, *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2020, 134–42
- Rasyid, Muhammad Hafizal, „Proses Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik (Studi Kualitatif Deskriptif PAUD Terpadu Sang Pemimpin Banjarmasin)“ (Universitas Kalimantan MAB, 2020)
- Razan, Muhammad Khanif Atha, „ANALISIS PROSES KOMUNIKASI PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA BRANCH KLATEN DALAM PROSES EMPLOYER BRANDING“ (UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG, 2023)
- Salsabilah, Nabilah, and Nuri Aslami, „Proses Komunikasi Pemasaran Jasa Unit Link PT Asuransi Jiwa Manulife Untuk Menarik Minat Calon Nasabah“, *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21.1 (2022), 63–73
- Saputri, Intan Rizda Esti, Mohammad Bukhori, and Tin Agustina, „PENGARUH MOTIVASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN PSIKOTES ONLINE DI LEMBAGA PSIKOLOGI RIHAND CREATIVE“, *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4.2 (2023)
- Tumanggor, Ira Imelia, Ridar Hendri, and Eni Yulinda, „Proses Komunikasi Pemasaran Ekowisata Mangrove Di Bandar Bakau Kota Dumai Provinsi Riau“, *Jurnal Sosial Ekonomi Pesisir*, 4.1 (2023), 11–17
- Turmudi, Moh, and Sun Fatayati, „Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan“, *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 2.1 (2021), 69–78

- Waluyo, Lukman Saleh, Ratu Nadya Wahyuningratna, and Noor Falih, „PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL UPN VETERAN JAKARTA“, *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 5.2 (2022), 163–69
- Wijaya, Sri Herwindya Baskara, Eka Nada Shofa Alkhajar, Mahfud Anshori, Dwi Tiyanto, Aryanto Budhy Sulihyantoro, Deniawan Tommy Candra Wijaya, and others, „Proses Komunikasi Pemasaran Sosial Pendidikan Tertib Berlalu Lintas Pada Kalangan Anak Usia Dini“, *Wahana*, 73.2 (2021), 30–38
- Yoebrilianti, A. (2014). Pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli produk fashion dengan gaya hidup sebagai variabel moderator (Studi Kasus Pada Jejaring Sosial).
- Yoman, Mad, „Efektifitas Proses Komunikasi Pemasaran Universitas Islam Syekh Yusuf Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2022“, *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 10.2 (2022), 107–15