

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2015. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, edisi ke-5*. Jakarta: Erlangga.
- Asmiati, Muhammad & Iqbal Sultan Akbar. 2014. *Strategi Promosi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Mahasiswa Pasca Peralihan Dari Institut Menjadi Universitas*. Jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 3, No.1.
- Cangara, H. Hafied. 2016. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fattah, Nanang. 2015. *Manajemen Strategik Berbasis Nilai*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Gojali, Taufan. 2019. *Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018 Politeknik Tmkm Karawang*. Jurnal Media Mahardhika Vol. 17 No. 2.
- Haryadi, Alwan. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Group Yoyakarta.
- Hermawan, Agus. 2017. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ibrahim, Abdullah & Lubis. 2018. *Strategi Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Fakultas Ilmu Dan Politik Universitas Muhammadiyah Mataram*. Jurnal Ulul Albab Vol.22 No.2.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management edisition 16*.
England: Pearson Education Limited.
- Liliweri, Alo. 2016. *Komunikasi Serba ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media.
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*.
Jakarta: Salemba Empat.
- Morissan. 2015. *Pengantar Public Relations strategi menjadi Hum as Profesiona*.
Jakarta: Ramdina Prakasa.
- Peter, J. Paul & Jerry C Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.
Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, Wayan Dicky Reza. 2018. *Peran Kesadaran Merk (Brand Awareness)
Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen*. E-
Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 10.
- Primasakti, Rizki. 2019. *Strategi Promosi PD. Owabong Dalam Meningkatkan
Jumlah Pengunjung Pada Tahun 2017*. Yogyakarta: UMY.
- Purnawa, Dedi. 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Umkm Di Kelurahan
Malaka*". Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani Vol 1 No. 1.
- Rivai, A., & Prawironegoro, D. 2015. *Manajemen Strategis : Kajian Keputusan
Manajerial Bisnis Berdasar Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi,
Sosial dan Politik*. Jakarta: Mitrawacanamedia.
- Renata dan Tobari. 2017. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah
Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi*. Jurnal Manajemen, Kepemimpinan,
dan Supervisi Pendidikan (JMSP) Volume 2, No. 1.

- Saragih, Defrilina. 2017. *Strategi Promosi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru (Study Kasus Komunikasi Pemasaran Universitas Dharma Persada)*. Jakarta: universitas Mercu Buana.
- Satori, Djam'an & Aan Komariah. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sitorus, Onny Fitriana, & Novelia U. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Sukaatmadja, Baskara & Budiasa. 2015. *Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Produk Pada UD. Kopi Banyuwatis Singaraja*. Jurnal Manajemen Agribisnis Vol 01, No 1.
- Sukirno, Sadono. 2016. *Pengantar Bisnis Edisi Pertama edisi 1*. Jakarta: Kencana.
- Shidiq, Umar & Moh. Miftachul Choiri. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV Nata Karya
- Tim, ArgiaGroup ,“Argia Academy” dalam <https://argiaacademy.com/>, diakses pada tanggal 15 Desember 2020.
- Tim, ArgiaGroup, “Visi Dan Misi” dalam <https://argiaacademy.com/kuliah-digital-marketing-1-tahun/> diakses pada tanggal 15 Desember 2020.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.
- Umami, Iis Riza. 2019. *Strategi Promosi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2018/2019*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Widiana, Muslichah Erma. 2015. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: KPD