

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, I. A. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Adipati Wedding Organizer Dalam Meningkatkan Brand awareness di Kota Kediri*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri, Kediri.
- Alfina, R. (2018). Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Koultra Coffe Shop. Skripsi. Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.
- Arifin, N. A., & Djamereng, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Event Organizer Pt. Tiga Production Dalam Mendapatkan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Kajian Dakwah*, 1(03), 614–630. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16230>
- Ayu, N., & Supranata, I. (2020). Strategy Marketing Public Relations Glad Coffee Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(02), 160–168. <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/520>
- Azizah, D. N., & Yuningsih, S. (2023). Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempromosikan Bisnis Fashion Meccanism Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(1), 29–35. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/GBK/article/view/16536>
- Chintya, G., & Pamungkas, I. N. A. (2020). Analisis 5T's Word of Mouth Brand TV Kabel Indihome. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 4222–4234.
- Dewani, P. K. (2022). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Masa Pandemi COVID-19 Pasca PPKM Darurat (Studi Analisis Penerapan Konsep P.E.N.C.I.L.S Pada Aktivitas Marketing Public Relations Hotel Ibis Styles Jemursari Surabaya). *Skripsi Ilmu Komunikasi*. UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya.
- Febriyani, V. (2020). *Perbandingan Efektivitas Strategi Marketing Konvensional dengan Digital Marketing pada Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta*. Skripsi. Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta, Yogyakarta. <http://repository.ampta.ac.id/939/%>
- Felicia, F., & Meisyaroh, S. (2020). Efektivitas Word of Mouth Terhadap Brand Awarness “Batik Keris.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, VIII(1), 43–54. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/id/eprint/1868>
- Handiki, K., & Mustikasari, A. (2019). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Pada Pt Gumbira Wana Indonesia 2019. *Journal of Applied Science*, 5(2), 857–863.
- Ilfandi, M. (2021). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Royal Asnof*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau. <https://repository.uin-suska.ac.id/50850/>

- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85. <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/download/2534/1444>
- Lestari, F. A., Nataly, F., & Fatima. (2020). Studi Deskriptif Kualitatif Loyalitas Brand Wardahdi Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 12(12), 10-17. DOI: [10.38041/jikom1.v12i01.111](https://doi.org/10.38041/jikom1.v12i01.111)
- Lisa Sulistiawati, Guasmin, G., & Raheni, C. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Word Of Mouth (WOM) terhadap Penjualan Daging Sapi Usaha Dagang Pak Kasman Desa Kotapulu Kecamatan Dolo. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(7), 441–449. <https://doi.org/10.56338/jks.v5i7.2598>
- Mason, J. (2018). *Qualitative Researching* (M. Ainsley (ed.); Third). Manchester: SAGE.
- Paundra, D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Pelanggan Restoran Cemara Osteria Di Kota Pekanbaru. Skripsi Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.
- Pertiwi, A. A., Sianturi, N., Sandi, S. P. H., & Dwi Epty Hidayaty. (2021). Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Prologia*, 5(1), 175-183. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10112>
- Rahman, A., Subiakto, V. U., Susanti, S., & Purwoputro, D. (2020). The Implementation of Marketing Public Relations Strategy by the FF Luxury Watch Store on the Jakarta Based Customers. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(6), 1029–1037. <https://doi.org/10.38124/ijisrt20jun920>
- Rizki, A. S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Word of Mouth Dalam Peningkatan Brand Awareness Ethnica Design di Kota Makassar. Skripsi Ilmu Komunikasi. Universitas Hasanudin, Makasar. <https://doi.org/10.29313/jrpr.vi.641>
- Setiawan, I. (2020). Pengaruh Faktor Pribadi, Psikologis Dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. Skripsi. Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia, Jakarta. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1403>
- Sipayung, E., & Hayati, I. (2023). *Penerapan Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada Tadika Integrasi Genius Khalifah Malaysia*. 10(1), 47–53.
- Sugiamana, A. G., Febiano, E., & Pambudy, S. B. (2018). Studi Kasus pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1–14. <http://journal.maranatha.edu/jmm>
- Sulistiorini, R. A. (2018). *Analisis Tingkat Loyalitas Merek (Brand Loyalty)*

Konsumen Viva Cosmetics Di Kota Cimahi. Skripsi. Politeknik Negeri Bandung, Jawa Barat.

- Toruan, R. R. M. . L. (2018). Proses Implementasi Word of Mouth Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(01), 155–166. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/551>
- Wiraditi, R. B., & Sudibyo, A. G. (2020). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Image PT. Brodo Ganesha Indonesia. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 2(1), 51–72.
- Wulanda, N., Wahab, Z., & Widad, A. (2019). Pengaruh Harga, Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Event Organizer (Studi Kasus Di Un Production). *Journal of Management and Business Review*, 16(1), 43–70. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v16i1.139>
- Yanqiu, Z., & Chuan, L. (2022). How can the Public Relations Increase Brand Awareness. *Journal of Business Theory and Practice*, 10(1), 1-6. <https://doi.org/10.22158/jbtp.v10n1p1>
- Yuliantari, K., Nurhidayati, N., & Sugiyah, S. (2020). Brand Loyalty Perawatan Wajah (Skin Care) Wardah Gentle Face Wash. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 186–191. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i2.8945>