

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Adiputra, Trisnadewi, N. W., Oktaviani, N. P. W., Munthe, S. A., Hulu, V. T., Budiastutik, I., ... & Suryana, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.
- Alwasilah, A Chaedar. 2003. *Pokok Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya.
- Blijlevens, J., Creusen, M. E. H., & Schoormans, J. P. L. (2009). How consumers perceive product appearance: The identification of three product appearance attributes. *International Journal of Designs*, 3 (3), 27-35.
- Daryanto dan Muljo Raharjo, (2016). *Teori Komunikasi*, Penerbit Gaya Media, Yogyakarta
- Dewar, K., Wen, M. L., & Davis, C. H. (2008). Photographic images, culture, and perception in tourism advertising: A Q methodology study of Canadian and Chinese university students.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu – ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: Its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, 16 (3), 211-239.
- Littlejohn, S. W. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication (9th Edition ed.)*. (M. Y. Hamdan, Penerj.) Jakarta: Salemba Humanika.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1 (2), Art. 20, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0002204>
- McQuarrie, E. F. & Phillips, B. J. (2005). Indirect persuasion in advertising: How consumers process metaphors presented in pictures and words. *Journal of Advertising*, 34 (2), 7-20.
- Mufidah, R. (2015). Perbedaan antara direct marketing dan indirect marketing terhadap minat menjadi nasabah BPRS Mandiri Mitra Sukses Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik. Undergraduate Thesis of Universitas Islam Negeri Sunan Ambel, Surabaya.

- Mulyana, Deddy & Solatun. 2013. *Metode Penelitian Komunika s : Contoh – Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Cetakan ke 3. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riyantoro, B. & Harmoni, A. (October 8-9, 2013). Efektivitas iklan melalui jejaring sosial sebagai salah satu strategi pemasaran keripik pedas maicih. Proceeding PESAT 5, E-256-E263.
- Rosini, R., & Nurningsih, S. (2018). Pemanfaatan media sosial untuk pencarian dan komunikasi informasi kesehatan. Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, 14(2), 226
- Safitri, D., Sekarwulan, A., & Purwanto, H. (2020). Peran Instagram @P2Ptmkemenkesri Sebagai Media Kampanye Kesehatan. Communications, 2(1)
- Tasci, A. D. A. & Gartner, W. C. (2007). Destination image and its funtional relationships. Journal of Travel Research, 45 (4), 413-425.
- Zarella, D. (2010). The social media marketing book. Sebastopol, CA: O'Reily Media Inc.

**Sumber Internet:**

<https://www.alodokter.com/>

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

<http://p2p.kemkes.go.id/penguatan-sistem-kesehatan-dalam-pengendalian-covid-19/>

**Sumber Jurnal:**

- Blijlevens, J., Creusen, M. E. H., & Schoormans, J. P. L. (2009). How consumers perceive product appearance: The identification of three product appearance attributes. International Journal of Designs, 3 (3), 27-35.
- Courbet, D. & Fourquet- Courbet, M. (2014). Non-conscious effects of marketing communication and implicit attitude change: State of research and new perspectives. International Journal of Journalism and Mass Communication, 1, 103, doi: 10.15344/2349-2635/2014/103.