

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN APLIKASI
CUSTOMER INFORMATION SYSTEM (CIS)
PDAM SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Oleh

Alfian Gymnastiar Alamsyah

04020521046



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2025

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alfian Gymnastiar Alamsyah
NIM : 04020521046
Prodi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Banyu Urip Kidul 9 No. 12 D, Kec. Sawahan,
Surabaya

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari terbukti ataupun dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 28 Mei 2025

Yang menyatakan,



Alfian Gymnastiar Alamsyah

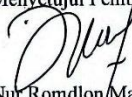
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Alfian Gymnastiar Alamsyah
NIM : 04020521046
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi
Customer Information System (CIS) PDAM
Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 19 Mei 2025
Menyetujui Pembimbing,



Nur Romdlon Maslahul Adi, M.Pd.
NIP.199303092020121012

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN APLIKASI
CUSTOMER INFORMATION SYSTEM (CIS)
PDAM SURABAYA

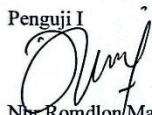
SKRIPSI

Disusun Oleh
Alfian Gymnastiar Alamsyah
04020521046

telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 28 Mei 2025

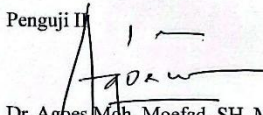
Tim Penguji

Penguji I



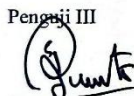
Nuri Romdlon/Maslahul Adi, M.Pd.
NIP. 199303092020121012

Penguji II



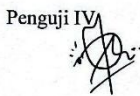
Dr. Agoes Mch. Moefad, SH, M.Si.
NIP. 197008252005011004

Penguji III



Pardianto, S.Ag., M.Si.
NIP. 197306222009011004

Penguji IV

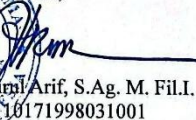


Ariza Qurata A'yun, M.Med.Kom.
NIP. 199205202018012002



Surabaya, 28 Mei 2025

Dekan,


Dr. Moch. Cholil Arif, S.Ag. M. Fil.I.
NIP. 197110171998031001

iii

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alfian Gymnastiar Alamsyah
NIM : 04020521046
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : Alfian9ym@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Customer Information System (CIS) PDAM Surabaya

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Mei 2025

Penulis

(Alfian Gymnastiar Alamsyah)

ABSTRAK

Alfian Gymnastiar Alamsyah, 04020521046, 2025. Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi *Customer Information System* (CIS) PDAM Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dan implementasi PDAM Surya Sembada dalam mempromosikan aplikasi CIS PDAM Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori yang menjadi landasan penelitian adalah teori Difusi Inovasi. Data yang telah didapat akan diuji validitasnya dengan menggunakan teknik triangulasi data.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: 1) strategi komunikasi pada promosi aplikasi CIS yang dilakukan oleh PDAM Surabaya berfokus pada sinergi dari kegiatan promosi *offline* dan *online* melalui konten di media sosial, dokumentasi dari promosi *offline* sebagai bahan konten, berencana menggandeng *influencer*, membuat *event* sendiri, serta mengadakan program undian untuk pengguna aktif. 2) Implementasi strategi komunikasi pemasaran dalam upaya promosi aplikasi CIS PDAM dilakukan di media sosial PDAM Surya Sembada dan Pemerintah Kota Surabaya, pembukaan stan di beberapa pusat perbelanjaan modern, serta pemberian sembako untuk pelanggan yang mengunduh aplikasi sekaligus melakukan pembayaran di stan promosi, serta kegiatan promosi melalui acara-acara publik yang berkolaborasi dengan pihak ke tiga, seperti acara *car free day* dan *running* bareng.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Promosi Produk, Aplikasi Digital, Difusi Inovasi

ABSTRACT

Alfian Gymnastiar Alamsyah, 04020521046, 2025. Marketing Communication Strategy of Customer Information System (CIS) Application of PDAM Surabaya.

This study aims to determine the marketing communication strategy and implementation of PDAM Surya Sembada in promoting the CIS PDAM Surabaya application. This research uses descriptive qualitative method with the theory that becomes the basis of research is the theory of Diffusion of Innovation. The data that has been obtained will be tested for validity using data triangulation techniques.

The results of the study show that: 1) The communication strategy in the promotion of the CIS application carried out by PDAM Surabaya focuses on the synergy of offline and online promotional activities through content on social media, documentation from offline promotions as content material, planning to collaborate with influencers, creating their own events, and holding lottery programs for active users. 2) Implementation of marketing communication strategies in efforts to promote the CIS PDAM application is carried out on social media PDAM Surya Sembada and Surabaya City Government, opening booths in several modern shopping centers, as well as providing basic necessities for customers who download the application while making payments at promotional booths, as well as promotional activities through public events in collaboration with third parties, such as car free day events and running together.

Keywords: Marketing Communication, Product Promotion, Digital App, Diffusion of Innovation

خلاصة

ألفيان جيمناستيار ألمسيا، 04020521046، 2025. تحليل استراتيجية الترويج لتطبيق PDAM Surabaya لـ (CIS) نظام معلومات العملاء

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد استراتيجية الاتصالات التسويقية وتنفيذها من قبل شركة سورابايا. يستخدم هذا البحث CIS PDAM سورابايا سيمبادا في الترويج لتطبيق PDAM. المنهج الوصفي النوعي مع النظرية التي تشكل أساس البحث وهي نظرية انتشار الابتكار سيتم اختبار البيانات التي تم الحصول عليها للتأكد من صحتها باستخدام تقنيات تثليث البيانات.

وتظهر نتائج الدراسة ما يلي: (1) تركّز استراتيجية الاتصال في الترويج لتطبيق رابطة على التآزر بين الأنشطة PDAM Surabaya الدول المستقلة التي نفذتها شركة الترويجية خارج الإنترنت وعلى الإنترنت من خلال المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي، وتوثيق العروض الترويجية خارج الإنترنت كمواضيع محتوى، والتخطيط للتعاون مع المؤثرين، وإنشاء فعاليات خاصة بهم، وعقد برامج البانصيب للمستخدمين PDAM CIS النشطين. (2) تنفيذ استراتيجيات الاتصالات التسويقية في الترويج لتطبيق وحكومة PDAM Surya Sembada على وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بشركة مدينة سورابايا، وفتح أكشاك في العديد من مراكز التسوق الحديثة، بالإضافة إلى توفير المستلزمات الأساسية للعملاء الذين يقومون بتحميل التطبيق أثناء إجراء الدفعات في الأكشاك الترويجية، وكذلك الأنشطة الترويجية من خلال الفعاليات العامة بالتعاون مع أطراف ثالثة، مثل فعاليات يوم مجاني للسيارات والجري معاً

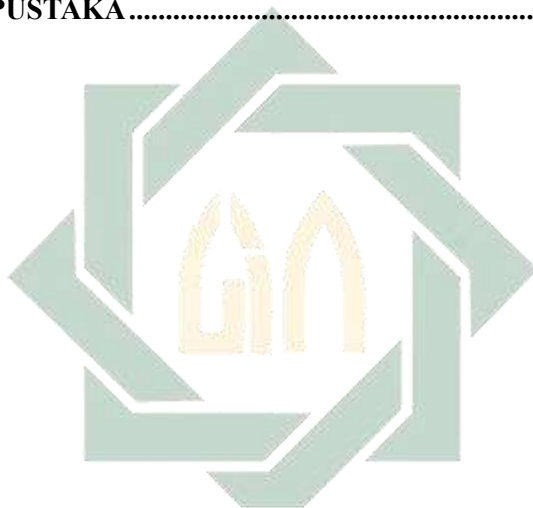
الكلمات المفتاحية الاتصال التسويقي، ترويج المنتج، التطبيق الرقمي، نشر الابتكار، الاتصالات التسويقية، ترويج المنتج، التطبيق الرقمي، نشر الابتكار

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI ...ii	
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... iii	
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....iv	
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....v	
MOTTO DAN PERSEMBAHANvi	
ABSTRAK.....vii	
<i>ABSTRACT</i>..... viii	
خلاصة..... ix	
KATA PENGANTAR x	
DAFTAR ISIxii	
DAFTAR GAMBAR..... xv	
DAFTAR TRANSLITERASI.....xvi	
BAB I PENDAHULUAN1	
A. Latar Belakang..... 1	
B. Rumusan Masalah..... 5	
C. Tujuan Penelitian6	
D. Manfaat Penelitian6	
E. Definisi Konsep7	
1. Strategi Komunikasi Pemasaran7	
2. Customer Information System8	
F. Sistematika Pembahasan.....9	
BAB II KAJIAN TEORETIK 11	
A. Kajian Perspektif Teoretik 11	
1. Komunikasi Pemasaran..... 11	

2. Promosi Produk dalam Komunikasi Pemasaran	13
3. Difusi Inovasi.....	15
B. Kajian Perspektif Dakwah Islam	18
1. Komunikasi Menurut Islam.....	18
2. Etika Komunikasi yang Baik	20
C. Penelitian Terdahulu	22
D. Kerangka Pikir Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian	30
C. Jenis dan Sumber Data.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	31
E. Teknik Analisis Data.....	32
F. Teknik Validitas Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Subyek penelitian.....	36
1. Profil PDAM Surya Sembada	36
2. Profil Informan.....	41
B. Penyajian Data.....	41
1. Strategi Komunikasi Pemasaran PDAM Surabaya	41
2. Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran PDAM Surabaya	46
C. Analisis Data.....	55
1. Perspektif Teori	55
2. Perspektif Islam.....	65
BAB V PENUTUP	71

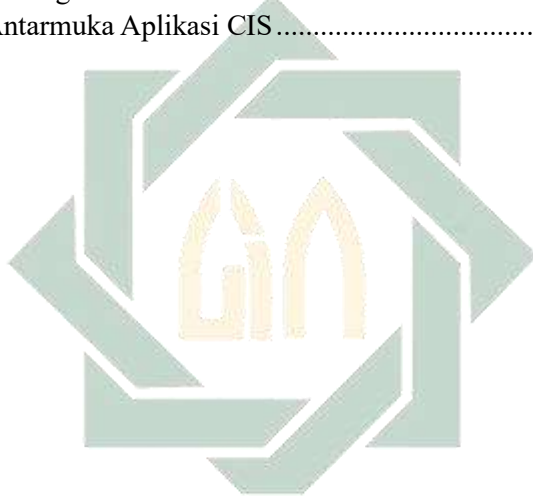
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran dan Rekomendasi.....	72
C. Keterbatasan Penelitian	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Aplikasi CIS PDAM	2
Gambar 2 Pengguna Aktif CIS PDAM.....	4
Gambar 3 Kerangka Pikir Penelitian	28
Gambar 4 Antarmuka Aplikasi CIS	37



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Nur Romdlon Maslahul, Ramadhan, M. R. I., Aristawati, T., & Pratama, S. A. "Pengaruh Word of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di ShopeeFood." *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual* 7.2 (2022): 420-433. <https://www.academia.edu/download/90723067/pdf.pdf>
- Adlini, Miza Nina, Anisya Hanifa Dinda, Sarah Yulinda, Octavia Chotimah, and Sauda Julia Merliyana. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6, no. 1 (2022): 974-980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.
- Amalia, Dinda, Dewi Puspasari, Dini Fitriani, and Srie Hendraliany. "Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi Ageu Jek Di Kabupaten Purwakarta." *Jurnal EMT KITA* 8, no. 3 (2024): 957-963. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i3.2790>.
- Angelia, Maria, Krisna Wijayanti, Satria Fadil, and Ninditya Nareswari. "Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Perusahaan Daerah Air Minum." *JURNAL SAINS DAN SENI ITS* 10, no. 1 (2021): 47-52. <https://media.neliti.com/media/publications/488072-none-2d5a8f61.pdf>
- Diana, Eka, and Moh. Rofiki. "Analisis Metode Pembelajaran Efektif Di Era New Normal." *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 3, no. 2 (2020): 336-342. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v3i2.1356>.
- Dr. R. Sri Widaningsih, S.Pd.I, M.Pd. "Perspektif Komunikasi Dalam Islam." *Komversal* 1, no. 2 (2019): 1-12. <https://doi.org/10.38204/komversal.v1i2.401>.
- Efa Rubawati Syaifuddin. "Difusi Inovasi Program Bus Suroboyo Pada Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi* 2, no. 3 (2022): 135-146. <https://doi.org/10.55606/juitik.v2i3.429>.

- Faridah, Faridah. "Komunikasi Dalam Interaksi Sosial (Analisis Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam)." *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2019): 99–109. <https://doi.org/10.47435/retorika.v1i1.247>.
- Febriana, Bunga, and Yugih Setyanto. "Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan." *Prologia* 3, no. 1 (2019): 39–46. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6138>.
- Firmansyah, Anang. *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2020. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fcce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf
- Husnullail, M., Risnita, M. Syahrani Jailani, and Asbui. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah." *Journal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): 70–78. <https://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/download/1148/721>
- Latifah, Anis, and Umar Basuki. "Bauran Komunikasi Pemasaran Toko Angentyas di Kabupaten Temanggung (Deskriptif Kualitatif Bauran Komunikasi Pemasaran Toko Angentyas di Kabupaten Temanggung)." *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, No. 2 (2021): 25–36. <https://scholar.archive.org/work/glwnt6bwjvc5xfwxua5xt5iy2u/access/wayback/http://massive.respati.ac.id/index.php/massive/article/download/56/pdf>
- Lusiana, Indah, and Ivo Novitaningtyas. "Strategi Promosi Aplikasi Motorku Express Berdasarkan Analisis SWOT." *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 2 (2020): 1–14. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v2i2.24>.
- Mailin, Gepeng Rambe, Abdi Ar-Ridho, Candra. "TEORI MEDIA/TEORI DIFUSI INOVASI." *Jurnal Guru Kita PGSD* 6, no. 2 (2022): 158–168. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED>

2017-Eng-

8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

Mamonto, Felisa W., Willem JFA Tumbuan, and Mirah H. Rogi. "Analisis faktor-faktor bauran pemasaran (4p) terhadap keputusan pembelian pada rumah makan podomoro poigar di era normal baru." *Jurnal EMBA: Jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi* 9, No. 2 (2021): 110-121. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33281>

Hermawan, Dedi Joko. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Platform Shopee)" 9, no. 2 (2021): 100–110. <https://scholar.archive.org/work/5yoxpbpgqbbaevi6f6vy7mnhw3e/access/wayback/https://ejournal.upm.ac.id/index.php/ecobuss/article/download/848/764>

Marwah, Nur. "Etika Komunikasi Islam." *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 7.1 (2021). 7, no. 1 (2021): 1–13. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED> 2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

Mas'ari, Ahmad, Muhammad Ihsan Hamdy, and Mila Dinda Safira. "Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4p (price, product, place, promotion) pada PT. Haluan Riau." *Jurnal Teknik Industri* 5, No. 2 (2019): 79-86. <https://www.academia.edu/download/105228426/4739.pdf>

Maulana, Alfin, and Rusindiyanto. "Analisis 5 Dimensi Kualitas Pelayanan PDAM Surya Sembada Kota Surabaya Terkait Keluhan Distribusi Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan" *Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi* 2, No. 1 (2024): 264-274. <https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/34692>

- Muntaha, Neca Gemelia, and Alfauzan Amin. “Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, Serta Elemen Difusi Inovasi.” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5, no. 2 (2023): 2548–2554. <https://core.ac.uk/download/pdf/568219683.pdf>
- Muslimah. “Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam.” *Sosial Budaya* 13, no. 2 (2016): 115–125. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/SosialBudaya/article/download/3534/2076>
- Nurdin, Ali, Moefad, A. M., Zubaidi, A. N., & Harianto, R., *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013. http://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/372/3/Ali%20Nurdin_Buku%20Pengantar%20Ilmu%20Komunikasi_2013.pdf
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. “Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. September (2024): 826–833. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/7892/6912>
- Paramita, Sinta. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Customer Engagement Produk Kecantikan Di TikTok,” 2024, 354–362. <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/download/27615/18879>
- Pramadyanto, Muhammad Rizky, and Irwansyah. “Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Brand Fashion Streetwear Urbain Inc.” *Jurnal InterAct* 11, no. 2 (2023): 69-92. <https://doi.org/10.25170/interact.v11i2.3312>.
- Purnama, I. “Pengaruh Promosi Online Dan Endorsmen Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Youth & Islamic Economic Journal* 1, no. 2 (2020): 14–20. <http://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/view/76%0Ahttps://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/download/76/62>.
- Putri Vidiastuti, Dwi, Muhadjir Darwin, and Hakimul Ikhwan. “Difusi

Dan Adopsi Inovasi SiBakul Markethub Free Ongkir DIY Di Era Pandemi Covid-19.” *Matra Pembaruan* 7, no. 1 (2023): 49–60. <https://doi.org/10.21787/mp.7.1.2023.49-60>.

Qomaruddin, and Halimah Sa’diyah. “Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles Dan Huberman.” *Journal of Management, Accounting and Administration* 1, no. 2 (2024): 77–84. <https://pub.nuris.ac.id/journal/jomaa/article/download/93/20>

Qur'an NU Online. "Surat Al-Baqarah ayat 154: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap," 2025. <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/154>.

Qur'an NU Online. “Surat Al-Isra’ Ayat 36: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap,” 2025. <https://quran.nu.or.id/al-isra/36>.

Qur'an NU Online. “Surat Al-Ma’idah Ayat 100 - Al-Quran - NU Online,” 2025. <https://quran.nu.or.id/al-maidah/100>.

Rahmawati, Dini. "Pengembang pemasaran produk roti dan pastry dengan bauran pemasaran 4P di Sari Good Bakery." *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, No. 1 (2019): 233-243. <https://www.academia.edu/download/85874412/5024-14976-1-PB.pdf>

Ramadhan, Rizqi Putra, Ovin Liviana Bela, and Hendra Dwi Prasetyo. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz.” *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15, no. 1 (2022): 277–281. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.153>.

Ratna, Anindya. “PERANCANGAN PROMOSI APLIKASI LINKAJA UNTUK USER DI KOTA SOLO.” *EProceedings of Art & Design* 6, no. 2 (2019): 1276–1295. <https://core.ac.uk/download/pdf/299932654.pdf>

Raudha, Vaquita, and Aini Nasution. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pengguna Livin By Mandiri Pada Pt.Bank Mandiri Kcp Medan Pln” 2, no. 3 (2024): 216–223.

<https://doi.org/10.61722/jiem.v2i3.1132>.

- Saadah, Muftahatus, Yoga Catur Prasetyo, and Gismina Tri Rahmayati. "Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif." *Al-'Adad : Jurnal Tadris Matematika* 1, no. 2 (2022): 54–64. <https://doi.org/10.24260/add.v1i2.1113>.
- Salpitri, Riska Indah, Sapta Sari, and Indria Indria. "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Maxim Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Di Kota Bengkulu." *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)* 2, no. 3 (2023): 419–428. <https://doi.org/10.37676/mude.v2i3.4336>.
- Sari, I, S M Budi, and A W Pamela. "Perancangan Strategi Promosi Aplikasi Nyetakin Untuk Meningkatkan Pengguna Baru." ... *of Art & ...* 10, no. 2 (2023): 3005–3025. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/20138%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/download/20138/19503>.
- Sugiyono, Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013. https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_35efe6a47227d6031a75569c2f3f39d44fe2db43_1652079047.pdf
- Supriyatno, Hary. "Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan: Studi Analisis Persepsi Pemustaka Tentang Efektifitas Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel." *Indonesian Journal of Academic Librarianship* 3, no. 3 (2019): 33–45. <https://techno.okezone.com>.
- Suryantoro, Bambang, and Yan Kusdyana. "Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Politeknik Pelayaran Surabaya." *Jurnal Baruna Horizon* 3, no. 2 (2020): 223–229. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v3i2.42>.
- Syahputra, Rizki. "Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan." *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* 6, no. 2 (2019): 83–88.

<https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>.

Wahyu Intan Isnaini, and Budi Istiyanto. “Analisis Kemudahan Akses, Fitur Aplikasi, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay.” *Jurnal Manajemen Riset Inovasi* 1, no. 2 (2023): 239–256. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i2.1081>.

Wiryada, Haykal. “Qs. Az-Zalzalah Ayat 7 & 8:Kepuasan, Promosi, Pelayanan, Dan Loyalitas Konsumen.” *Pesantren Hamfara Yogyakarta* 1, no. 3 (2023): 1–8. <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/JAHE>.

Witarisma, Silvana Widya. “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA Dan PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Pada E-COMMERCE SHOPEE.” *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi* 6, no. 1 (2021): 821–829. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/1050/859>

Yuniar, Adelia Rizma, and Nurul Azizah. “Strategi Promosi Memanfaatkan Media Sosial TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Kesadaran Merek Pada PT Mesin Laundry Indonesia.” *Economic and Business Management International Journal Januari* 6, no. 1 (2024): 1–8. <https://mandycmm.org/index.php/eabmij/article/download/528/602/1685>