

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Manajemen Ekuitas merek memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Abugaza, A. (2013). *Social media politica: gerak massa tanpa lembaga*. Jakarta: tali writing & publishing house.
- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-dasar pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anwar, R. K., & Rusmana, A. (2017). Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial dalam Meningkatkan Kompetensi bagi Kepala, Pustakawan dan Tenaga Pengelola Perpustakaan. *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 204-208.
- Arenggoasih, W. (2016). Pengaruh brand communication, service quality dan brand personality anggota dewan terpilih melalui brand trust terhadap brand loyalty pemilih (Studi partai politik gerindra). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 123-135.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2004). *Principles of marketing, Tenth Edition*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Azhar, M. F., & Winduwati, S. (2020). Pembentukan Personal Branding K-pop Influencer Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Akun Instagram@ Kimdarlings). *Prologia*, 4(2), 354-361.
- Badruddin, H., Ilyas, J., & Sulistiadi, W. (2022). STRATEGI BRANDING DALAM PEMASARAN DI RUMAH SAKIT. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (Undip)*, 10(2), 229-232.
- Bungin, M. B. (2008). *Konstruksi sosial media massa: kekuatan pengaruh media massa, iklan televisi dan keputusan konsumen serta kritik terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Kencana.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. (2015). *Riset pendidikan: Perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi riset kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Darmadi, D., & Sugiarto, S. T. (2001). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*.
- DWIKASARI, T. (2018). *STRATEGI KREATIF BRANDING MEREK LOKAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus pada Branding Merek Lokal Luna Bag di Yogyakarta melalui Media Sosial Instagram@lunabag\_)* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Effendy, O. U. (2002). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ghes, A., & Suryana, H. P. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pasien rawat jalan dan rawat inap klinik Nur Medika Indramayu* (Doctoral dissertation, Perpustakaan FEB-UNPAS BANDUNG).
- Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1994). *Guba dan Lincoln*. Sage Publications: Los Angeles, CA.
- HENDRIYATI, C. (2021). *PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA LAYANAN VIP AIRPORT ASSISTANCE HOSPITALITY PT. XYZ DI ERA COVID-19* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hidayat, A. S. (2015). *Perencanaan Komunikasi Hakekat dan Implementasinya*. Solo: Pustaka Iltizam.
- Imbalo, P. S. (2004). *Jaminan Mutu Pelayanan Kesehatan: Dasar-Dasar Pengertian dan Penerapan*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Insani, V. R., & Nurdan, J. H. (2022). ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM STRATEGI PEMASARAN RUMAH SAKIT. NUSANTARA: *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(2), 302-308.
- Kartajaya, H., Kotler, P., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.

- Keller, Kevin L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing*. Kogan Page Publishers.
- Kotler, P. (2000). *Marketing in the twenty-first century. Marketing Management, 10th Edition, Millenium*, New Jersey.
- Kotler, P. (2017). *My adventures in marketing: The autobiography of Philip Kotler*. Idea Bite Press.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B Brand Management*, Jakarta, PT. Bhuana Ilmu Populer, Kelompok Gramedia.
- Martin, D. (2020). *Seni Penulisan Efektif untuk Digital Marketing: Bagaimana Kata-kata yang Tepat Dapat Meningkatkan Penjualan & Brand Kamu*. Asosiasi Digital Marketing Indonesia.
- Maryanto, R. (2017). *Pengantar Digital Marketing: Modul Praktikum Manajemen Pemasaran Berbasis IT (Vol. 1)*. Rusmanto Self-publishing.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- MOEWARDI, M. C. R. D., Putri, K. R., & Rahmanto, A. N. (2021). STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN CITRA RSUD Dr. MOEWARDI. *Jurnal Komunikasi Massa*.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, M. S., & Rulli, D. (2018). *Riset khalayak digital: Perspektif khalayak media dan realitas virtual di media sosial*. Bandung Institute of Technology.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Nawawi, H. (2003). *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Prastowo, A. (2010). *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*.
- Rangkuti, F. (2004). *Manajemen persediaan aplikasi di bidang bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sadat, A. M. (2009). *Brand belief: Strategi membangun merek berbasis keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schultz, D. E., & Barnes, B. E. (1999). *Strategic Brand Communication Campaigns*. Chicago: NTC business Books.
- Setiadi, N.J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Simamora, B. (2001). *Remarketing For Business Recovery, Sebuah Pendekatan Riset*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta.
- Sutopo, H. B. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Taprial, Varinder & Priya Kanwar. (2012). *Understanding Social Media*. London: Ventus Publishing ApS.
- Tasnim, T., Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., ... & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Thaib, E. J. (2021). *Problematika Dakwah Di Media Sosial*. Insan Cendekia Mandiri.
- Wahyuni, D., & Rasyid, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Mata Pekanbaru Eye Center (PBEC) Dalam Membangun Brand Awareness. *Jom Fisip*, 6(1).
- Wati A. P., Martha J. A., & Indrawati A. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera.

- Whiting, A., & Williams, D. (2013). *Why people use social media: a uses and gratifications approach*. Qualitative market research: an international journal.
- Wijoyo, H., Cahyono, Y., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2020). *Digital economy dan pemasaran era new normal*. Insan Cendekia Mandiri. Yogyakarta: DIVA Press.
- Yulianita, N., Nurrahmawati, N., & Wiwitan, T. (2017). Pemahaman Dosen Universitas Islam Bandung tentang Makna Hoax di Media Sosial Whatsapp. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 237-246.

### Internet

- Agus Yulianto. (2022, 01 April). Creative Agency Sangat Dibutuhkan di Era Digital. Diperoleh 10 Oktober, dari <https://www.republika.co.id/berita/r9nnhe396/creative-agency-sangat-dibutuhkan-di-era-digital>.
- Aulia Firafiroh. (2022, 14 Januari). Apa Itu Bisnis Digital Creative Agency dan Perannya di Dunia Wirausaha. Diperoleh 10 Oktober 2022, dari <https://www.parapuan.co/read/533092506/apa-itu-bisnis-digital-creative-agency-dan-perannya-di-dunia-wirausaha>.
- Dwi Zain Musofa. (2015, 12 Januari). Instagram jadi jejaring sosial paling berkembang di 2014. Diperoleh 6 Maret 2023, dari <https://www.merdeka.com/teknologi/Instagram-jadi-jejaring-sosial-paling-berkembang-di-2015.html>.
- Gilang Pradana. (2020, 27 Juli). Apa itu Digital Agency?. Diperoleh 6 Oktober 2022, dari <https://ngalup.co/digitalagency/apa-itu-digital-agency/>.
- Hani Nur Fajrina. (2015, 29 Januari). Sepanjang 2014, Facebook Raih Rp 156 Triliun. Diperoleh 6 Maret 2023, dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150129103517-185-28214/sepanjang-2014-Facebook-raih-rp-156-triliun>.
- Kotakmedia Indonesia. About Us. Diperoleh 25 Februari 2022, dari <https://kotakmedia.co.id/about-us>.
- M Ivan Mahdi. (2022, 25 Februari). Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia Tahun 2015-2022. Diperoleh 6 Oktober 2022, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.

Rumah Sakit “JIH”. Profil Perusahaan. Diperoleh 25 Februari 2022, dari <https://rs-jih.co.id/rsjih/profil-perusahaan>.

### **Dokumen Pemerintah**

Komisi Pengawas Persaingan Usaha RI (2020), *Penelitian Pelaku Usaha dan Struktur Pasar pada Sektor Jasa Rumah Sakit*, KPPU RI, Jakarta.

PMK: 340/MENKES/PER/III/2010.

Undang-Undang Republik Indonesia No.44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit.