

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Ade Pratama, & Rezty Fauziah Novianti. (2024). Strategi Komunikasi Efektif Petugas Customer Service terhadap Peningkatan Pelayanan Penumpang pada PT Angkasa Pura I di Bandar Udara Internasional Zainnuddin Abdul Madjid Lombok. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(5), 204–215. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v2i5.4074>
- Ali, Sanusi, L. Q. (2021). *Strategi Komunikasi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Di Koperasi Sejahtera Abadi Kota Banjarmasin*. 3(2), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.54082/jupin.189>
- Angkasa Pura II. (2023). *Profil Bandar Udara Sultan Iskandar Muda*. Angkasa Pura II. https://angkasapura2.co.id/id/business_relation/our_airport
- Basten, J. Van, C, R. R. R., & Fitri, S. (2024). Strategi Komunikasi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima PT Omega Media Global. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(1), 275–284.
- Dewi, K. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital pada Aplikasi TikTok Studi Kasus Akun TikTok @zaaferindonesia. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 507–514. <https://doi.org/10.54082/jupin.189>
- Hafied Cangara. (2020). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122.

<https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>

Hamiyati, N. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Bukit Air Wedding Dalam Menarik Minat Konsumen selama Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 51–62.

Hanif, R., Sidi, A. P., & Annisa, A. R. (2024). Model Aida Pada Pelayanan Pelanggan Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 8(1), 19. <https://doi.org/10.25273/capital.v8i1.19931>

Iqbal Saputra. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Aceh Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Kusumastuti & Khoiron. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Fitratun Annisya, SE. & Sukarno, S.IP. (ed.)). LEMBAGA PENDIDIKAN SUKARNO PRESSINDO (LPSP).
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=637LEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=\(Kusumastuti+dan+Khoiron,+2019\).&ots=x40fw4k9nx&sig=QWLJv0OefQMjHK04DVTwR6rh-qU&redir_esc=y#v=onepage&q=\(Kusumastuti dan Khoiron%2C 2019\).&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=637LEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=(Kusumastuti+dan+Khoiron,+2019).&ots=x40fw4k9nx&sig=QWLJv0OefQMjHK04DVTwR6rh-qU&redir_esc=y#v=onepage&q=(Kusumastuti dan Khoiron%2C 2019).&f=false)

Maghfirah, A. G. (2024). *Hide Coffeclub Lhokseumawe Dalam Skripsi Oleh : Aulia Ghaza Maghfirah Program Studi Ilmu Komunikasi*. Universitas Malikussaleh.

Maulidasari, C. D., & Yusnaldi, Y. (2019). Analisis Strategi Komunikasi

Pemasaran Pada PT.PT. Bank Aceh Melalui Pendekatan Teori AIDA. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 2(2), 73–84.
<https://doi.org/10.35308/jbkan.v2i2.985>

Oktavianti, S., & Hasrina, Y. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep Aida Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt.Wings Food Di Kecamatan Alang-Alang Lebar. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 09.03.2020(1), 63–80.

Pradana, W. W., Azainil, & Arsyad, A. W. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Geprek Express Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 71–85.
<https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=3890>

Prayoga, D. (2015). Fungsi Komunikasi Antarpribadi Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(3), 1–13.
[http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/06/JURNAL_FIX_DIO_\(06-29-15-05-10-33\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/06/JURNAL_FIX_DIO_(06-29-15-05-10-33).pdf)

Saadah, N. N., Budiman, A., & Yusuf, I. (2023). Analisis Pemasaran Digital Menggunakan Model Aisas Pada Produk Semakin Peka. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1153–1164.
<https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3139>

Sari, T. W., & Agustrijanto. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Alutsista pada PT Bhinneka Dwi Persada. *KALBISIANA : Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(2), 2228–2240.

SUSANTO, D. (2021). *Model Aida Untuk Memetakan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten Tiktok #Racunshopee*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Syastra, M. T., & Adam, S. (2017). Penggunaan Media Sosial dengan Pendekatan Model AIDA bagi Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 7(2), 114. <https://doi.org/10.21456/vol7iss2pp114-119>

Yeni, R. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Destinasi Kota Banda Aceh (Studi Masjid Raya Baiturrahman)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.