

DAFTAR PUSTAKA

1. Undang-Undang RI Nomor 44. tentang rumah sakit. Jakarta, Jakarta; 2009.
2. profil. Rumah sakit umum daerah doloksanggul. 2017;
3. Hartono B. manajemen pemasaran untuk rumah sakit. 2010. 282 p.
4. Tjiptono Fandy. Strategi Pemasaran. 3rd ed. Jakarta; 2008.
5. Kotler P. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga; 2009.
6. Masyhuri Zainuddin. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga; 2008.
7. Andrawita G. Strategi Komunikasi Agen Asuransi Dalam Menciptakan Kepercayaan Pelanggan (Studi pada Business Director Allianz Life Indonesia di Bandar Lampung). FISIP UNILA; 2011.
8. Dewantari I. Strategi Komunikasi Pemasaran Café “Burger Loves Me” dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. Jakarta: Skripsi ; . Universitas Pembangunan Nasional Veteran; 2011.
9. Habibi Murtadha. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Rumah Sakit Ibnu Sina Pekanbaru. Riau: Thesis. Universitas Islam Negeri Sultan Sarif Kasim; 2014.
10. Anggraeni Dian Suci. Implementasi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Riau. Jom FISIP(2) 1; 2015.
11. Andina. H. Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Islam Malahayati Dalam Meningkatkan Kunjungan Pasien Di Kota Medan. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. Jom FISIP(5) 1.; 2018.
12. Sigit R. Evaluasi implementasi strategi pemasaran di Rumah Sakit Islam Jakarta Pusat. Tesis Universitas Gadjah Mada; 2016.
13. Siringoringo Hotniar. Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. Disertasi Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma. J Eknomi Bisnis(3) 9. 2004;125–137;
14. Rochman HMN. Efektivitas Pelayanan Prima Sebagai Upaya Meningkatkan Pelayanan di Rumah Sakit (Perspektif Psikologi). J Psikol. 2015;105 – 115;
15. Ulfah Maria. Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember. Tesis . Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya Malang Jurnal Terakreditasi SK Dirjen Dikti No. 66b/DIKTI/KEP/2011 ISSN: 1693-5241; 304-3011; 2013.

16. Fayshal. Abung. Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Pada Bumi Putera Syariah Cabang Depok. 2013;(Jurnal Asuransi dan Manajemen Resiko.(1) 2.):48–58.
17. Meinarti. P. Analisis Strategi Pemasaran Jasa. J Din Dotcom (2) 1. 2011;57–75;
18. Midi. H. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Rumah Sakit Omni Pulomas Pelayanan Jasa Kesehatan Rumah Sakit. : Jakarta; Tesis Pascasarjana Universitas Terbuka; 2012.
19. Anggraheni. Nila Vicky. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Masyarakat Untuk Memilih Jasa Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Simo Kabupaten Boyolali. Tesis FIK Universitas Muhammadiyah Surakarta; 2012.
20. Supriyanto. Yuda. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Kariadi Semarang. Diponegoro J Manag (1) 4. 2012;472–480;
21. Kurniasih. N. Strategi pemasaran jasa informasi: studi kasus di PT. Data Consult, Inc. dan PT. Agranet Multicitra Siberkom. Tesis UI Jakarta; 2005.
22. Effendy OU. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya; 2003.
23. Handoko TH. Manajemen. Yogyakarta; cetakan ke18: JBPFE; 2016.
24. Effendy OU. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosda Karya; 2013.
25. Dwiantara. S.L. Komunikasi Bisnis (Peran Komunikasi Interpersonal dalam Aktivitas Bisnis). Jakarta: PT Buku Seru; 2013.
26. Kasali R. Manajemen Periklanan. Jakarta: Pustaka Utama; 1992.
27. Cangara H. Komunikasi Politik: Konsep Teori & Strategi. Jakarta: Raja Grafindo Persada; 2014.
28. Sayuti SD. Komunikasi Pemasaran Politik. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya; 2014.
29. Arifin A. Komunikasi Poitik : Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia. Jakarta: .: PT. Balai Pustaka; 2003.
30. Sutisna. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: : Remaja Rosmakarya;
31. Kennedy JERDS. Marketing Communication Taktik dan Strategi. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia); 2006.

32. Kartajaya H. *Perjalan Pemikiran Konsep Pemasaran*. Surabaya: Penerbit Erlangga;
33. Sabarguna. BS. *Quality Assurance Pelayanan Rumah Sakit*. Yogyakarta : Konsorsium; 2004.
34. Y. AC. *Manajemen Administrasi Rumah Sakit*. Jakarta: Universitas Indonesia; 2003.
35. Vignali CK. *Internationalisation Versus Globalisation of The Marketing mix*. Br Food Journal; 2001;
36. Agus. H. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga; 2012 p.
37. Marston, C. and Polei A. M *Corporate Reporting on The Internet by German Companies.*, Int J Account Inf Syst. Vol. 5,;285–311;
38. Scholz T. *Parasite in Cultured and Feral Fish*. Veterinary Parasitology;
39. Zeithaml, Valeria A and MJB. *Service Marketing Integrating Customer Focus Accross The Firm*: Mc Grow Hill; 2000.
40. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 004. Tentang Petunjuk Teknis Promosi Kesehatan Rumah Sakit*. 2012.
41. *Peraturan Menteri Kesehatan No.1787/Menkes/Per/XII/2010. tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan*. Kemenkes RI; Jakarta; 2010.
42. Kriyantono R. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana; 2006.
43. Bagong Suyanto S. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana; 2010.
44. Rakhmat J. *RMetode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya; 2009.
45. Buchari. alma. A *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta; 2004.