

DAFTAR PUSTAKA

1. Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial.
2. BPJS Kesehatan. Panduan Layanan bagi Peserta Jaminan Kesehatan Nasional_Kartu Indonesia Sehat (JKN-KIS) Edisi I Tahun 2020. 1st ed. Jakarta: Bagian Perluasan dan Pelayanan Peserta BPJS Kesehatan; 2020. 136 p.
3. Lubs BO, Salim A. Evaluasi Usability Sistem Aplikasi Mobile JKN Menggunakan Use Questionnaire. J SAINTEKOM. 2020;10(1):65.
4. BPJS Kesehatan. Data BPJS Kesehatan per September 2023. 2023.
5. BPJS Kesehatan Cabang Jambi. Data BPJS Kesehatan Provinsi Jambi per Desember 2023. 2023.
6. Narmansyah S, Rahmadani S, Arifin MA. Analisis Pemanfaatan Sistem Informasi JKN Mobile Di Kota Makassar. Sehat Rakyat J Kesehat Masy [Internet]. 2022;1(3):196–204. Available from: <https://journal.yp3a.org/index.php/sehatrakyat%0Ahttps://journal.yp3a.org/index.php/sehatrakyat/article/view/1082%0Ahttps://journal.yp3a.org/index.php/sehatrakyat/article/download/1082/536>
7. Rizalia Wardiah, M. Dody Izhar UL. Studi Efektivitas Aplikasi Mobile JKN pada Peserta JKN Kota Jambi. J Endur Kaji Ilm Probl Kesehat. 2022;7(3):607–14.
8. Sumiyati dan Lilik Murdiyanto. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen. WACANA. 2018;17(2):171–80.
9. Elrod JK, Jr JLF. Integrated Marketing Communications : A Strategic Priority in Health and Medicine. BMC Health Serv Res [Internet]. 2020;20(Suppl 1):1–5. Available from: <http://dx.doi.org/10.1186/s12913-020-05606-7>
10. Alberta H, Wijaya LS. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. J Impresi. 2021;2(1):1–14.
11. Syifa Mutiara Ummah et al. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Promosi Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini. J Ilmu Komun Dan Media Sos. 2023;3(1):52–60.
12. Widyastuti S. Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Solusi Menembus

Hati Pelanggan. Mochamad Widjanarko IH, editor. Jagakarsa, Jakarta Selatan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila Press; 2018. 1–422 p.

13. Kusniadji S. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *J Komun.* 2016;8(1):83–98.
14. Epa Nopiani YI. Strategi Komunikasi Pemasaran Bongsang dalam Menghadapi Perubahan Ekonomi. *J Ilmu Sos dan Pendidik.* 2022;6(1):3480–8.
15. Sembiring JP. Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung. *J Simbolika.* 2016;2(1):1–22.
16. Caroline C. Sales Promotion sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Produk Indihome. *VISA J Vis Ideas.* 2023;3(3):570–5.
17. Rose Jemutai C. Integrated Marketing Communication and Performance of Kenya Post and Savings Bank. *Soc Sci.* 2016;5(3):37–49.
18. Putra BK, Dewi RM, Fadilah YH, Roziqin A. Reformasi Birokrasi dalam Pelayanan Mobile JKN di Kota Malang. *J Ilm Publika.* 2021;9(1):1–13.
19. Mauludin Rohman M, Adinugroho S. Analisis Sentimen pada Ulasan Aplikasi Mobile JKN Menggunakan Metode Maximum Entropy dan Seleksi Fitur Gini Index Text. *J Pengemb Teknol Inf dan Ilmu Komput [Internet].* 2021;5(6):2646–54. Available from: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
20. Kratau Healthcare. Aplikasi Mobile JKN BPJS Kesehatan. Krakatau Media.com. 2022. p. 1.
21. Administrator. Mengenal Layanan 6 Fitur Baru Aplikasi Mobile JKN. *Indonesia.go.id.* 2021. p. 1.
22. Suhadi, Jumakil, Kamrin I. Dampak Penggunaan Aplikasi Mobile JKN Terhadap Pelayanan BPJS Kesehatan. *J Kesehat.* 2022;15(1):11–22.
23. Kemenkes RI. Buku Panduan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) bagi Populasi Kunci. Jakarta: Tim Publikasi Kemenkes RI; 2016. 46 p.
24. Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial.
25. Asih Eka Putri. Seri Buku Saku-2: Paham BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial). Friedrich-Ebert-Stiftung Kantor perwakilan Indonesia. Jakarta: Friedrich-Ebert-Stiftung Kantor Perwakilan Indonesia; 2014. 1–66 p.
26. ASH. Kepesertaan Wajib BPJS Bukan Domain Swasta [Internet]. *Hukum Online.com.* [cited 2023 Nov 28]. p. 1. Available from: <https://www.hukumonline.com/berita/a/kepesertaan-wajib-bpjs-bukan->

domain-swasta-lt54cf4a639cccf/

27. Firmansyah MA. Buku Komunikasi Pemasaran. 1st ed. Pasuruan, Jawa Timur: CV. PENERBIT QIARA MEDIA; 2020. 1–362 p.
28. Philip Kotler, Gary Armstrong MOO. Principles of Marketing. 17th ed. United Kingdom: Pearson Education Limited; 2018. 736 p.
29. Murdiyanto E. Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif) [Internet]. Yogyakarta Press. 2020. 1–158 p. Available from: http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITATIF.docx
30. Fiantika FR, Wasil M, Jumiyati S, Honesti L, Wahyuni S, Mouw E, et al. Metodologi Penelitian Kualitatif [Internet]. 1st ed. Novita Y, editor. PT Global Eksekutif Teknologi. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi; 2022. 1–179 p. Available from: <https://scholar.google.com/citations?user=OB3eJYAAAAJ&hl=en>
31. S N. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta; 2010. 1–243 p.
32. Notoatmodjo S. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta; 2018. 1–268 p.
33. Subagyo Joko. Metode Penelitian dalam Teori dan Praktis. Jakarta,: Rineka Cipta; 2011. 1–106 p.
34. Zuchri Abdussamad. Metode Penelitian Kualitatif. Makassar: Syakir Media Press; 2021. 1–235 p.
35. Rachmat Kriyantono. Teknik Praktik Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group; 2014. 72 p.
36. Haryoko S, Bahartiar, Arwadi F. Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis). 2020.
37. Noerjoedianto D, Hubaybah, Mekarisce AA. Brainstorming Nilai Manfaat Bergabung Program Jaminan Kesehatan Nasional di Kelurahan Lingkar Selatan Kecamatan Paal Merah Kota Jambi. IJCD Indones J Community Dedication. 2023;01(03):201–9.
38. Imam F. Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Samsung Indonesia Dalam Mempromosikan Produk Telepon Cerdas. Komunikata57. 2021;2(1):1–9.
39. Ihzaturrahma N, Kusumawati N. Influence of Integrated Marketing Communication To Brand Awareness and Brand Image Toward Purchase Intention of Local Fashion Product. Int J Entrep Manag Pract. 2021;4(15):23–41.

40. Feren Andrian Jasinta RO. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Pengambilan Keputusan Konsumen di Bidang Jasa Pendidikan. *Prologia*. 2019;3(2):423–32.
41. Siti Asiatun. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Program Talk Show Hitam Putih di Trans 7. *MEDIALOG J Ilmu Komun*. 2020;III(I):147–58.
42. Salsabilah N, Aslami N. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Unit Link PT Asuransi Jiwa Manulife untuk Menarik Minat Calon Nasabah. *Mimb Kampus J Pendidik dan Agama Islam*. 2022;21(1):63–73.
43. Teguh M, Benita A, Utari Dewi NKAS. Pemanfaatan Komunikasi Pemasaran Terpadu pada UMKM Snack Indochip. *Journal Public Relat Media Commun Stud J*. 2020;2(1):40–55.
44. Safitri M, Juliati Nasution YS. Analisis Strategi Marketing dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Cat Jotun (Studi Kasus : Cv. Tebar Jalur Mas Kompleks Cemara Asri). *Cakrawala Repos IMWI*. 2023;6(1):46–53.
45. Siagian E, Idahwati, Ginting M. Pengaruh Personal Selling dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Silangit Residence Pada Pt. Alga Sempurna Mandiri. *J TEKESNOS*. 2022;4(1):9–21.
46. Puspanathan CA, Ewe YW, Lee KN, Lee TH, Lee XY. The Role of Integrated Marketing Communication On Consumer Decision-Making Process: Peranan Komunikasi Pemasaran Bersepadu terhadap Proses Membuat Keputusan Pelanggan. *Sains Insa*. 2021;6(1):173–84.
47. Yusuf RI, Abdullah F. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Penerimaan Brand Chocolicious. *J Ilm Pranata Edu*. 2021;2(1):40–9.
48. Sari EA, Wijaya LS. Strategi Promosi Melalui Direct Marketing untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru. *Ilmu Komun*. 2019;17(1):16–27.
49. Mardhatillah W, Junaedi D. Implementasi Direct Marketing pada Bank BPR Datagita Mustika. *Al-Kharaj J Ekon Keuang Bisnis Syariah*. 2021;4(1):165–78.
50. Hemiwati H, Mulyana M. Tinjauan atas Peran Direct Marketing Pada PT. Citra Abadi Sejati Bogor. *J Apl Bisnis Kesatuan*. 2022;2(1):129–36.
51. Kresna N, Suryawardani B. Pengaruh Sales Promotion dan Direct Marketing terhadap Customer Satisfaction Pt Clodeo Indonesia Jaya Tahun 2020. *eProceedings Appl Sci*. 2020;6(2):1396–404.
52. Harniadi DA. Strategi Komunikasi Pemasaran PT ERHA Dermatology untuk Produk ERHA Truwhite. *J Komun dan Bhs*. 2024;5(1):61–9.
53. Aditi B, Nabella SD, Djakasaputra A, Haryani DS, Nasib. The Trigger For

Falling Loyalty Originating From Public Relations And Customer Values And Satisfaction. *Int J Artif Intelegence Res* [Internet]. 2022;6(1):2022. Available from: <http://ijair.id>

54. Efendi MN, Prasetyo L. Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Peningkatan Potensipasar Rakyat Di Kota Madiun. *Muslim Herit*. 2022;7(1):53–81.
55. Noerjoedianto D, Sari RE, Aulia H. The Role Of Stakeholders In Increasing Community Participation To Join As JKN-KIS Participants In Alam Barajo District In 2022. *J eduhealth* [Internet]. 2023;14(02):1098–105. Available from:
<https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/health/article/view/2185%0Ahttps://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/health/article/download/2185/1732>