DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abdurahman, Muhidin, S.A., & Maman (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.

Afifudin. (2009). *Metodologi Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.

Arifin, Ali (2004). *Membaca Saham*. Yogyakarta: Andi.

Arikunto, Suharsimi (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Creswell, John W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Cutlip, Scoot M, Allen H. Center, Glen M. Broom (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Hamidi (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.

Hasan, Ali (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut Word of Mouth Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.

Ibrahim. (2015). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Ishaq, Ropingi El. (2007). *Public Relations dan Praktik.* Malang: Intrans Publish

Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

Kasali, Rhenald. (2003). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti

Kotler, Philip & Amstrong, Garry (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga. Alma, Buchari.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, Philip (2003). *Manajemen Pemasaran* edisi Kesebelas. Jakarta: Gramedia.

Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta.

Kriyantono, Rakhmat (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana.

Lupiyoadi, Rambat & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat

McCarthy, Jerome (2009). *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Moleong, Lexy J (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli (2015). *Media Sosial; Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Nasrullah, Rulli (2016). *Media Sosial; Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Cetakan kedua, Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Pearce II, John A. & Robinson, Jr., Richard B. (2008). *Manajemen Strategis-. Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

Puntoadi, Danis (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, PT Elex. Komputindo, Jakarta.

Rangkuti, Freddy (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara. Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Freddy (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Stephanie & K. Marrus. (2002). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.

Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung:PT Alfabet.

Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Edisi Ketiga. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif. Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supriati (2012). *Metode Penelitian*. Bandung: Labkat Press UNIKOM.

Tjiptono, Fandy (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi

Tohirin (2013). *Metode penelitian kualitatif dalam pendidikan dan bimbingan konseling*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Skripsi

Fathur Rohman. 2015. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Berpendidikan di Pesantren*. http://digilib.uin-suka.ac.id/17502/1/1320412215_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf. Diakses pada 8 Desember 2020.

H., Wahyuni (2019). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa*. http://eprints.unm.ac.id/14473/1/SKRIPSI%20WAHYUNI%201594043047.pdf . Diakses pada 8 Desember 2020

Rusdianto, Ahmad Evan (2014). *Analisis Strategi Promosi Pada Taman Pintar di Yogyakarta*. https://eprints.uny.ac.id/16784/. Diakses pada 19 Desember 2020.

Sundari, Fina (2020). *Strategi Promosi Pengembangan Wisata Pinus Ecopark Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Pada Wisata Pinus Ecopark di Lampung Barat*. https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/3448/1/FINA%20SUNDARI%20%28NPM%201602040020%29.pdf. Diakses pada 7 Desember 2020.

Yulianti (2019). *Analisisi Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*. http://repository.radenintan.ac.id/8680/1/SKRIPSI.pdf. Diakses pada 8 Desember 2020.

Jurnal

Adefulu, Adesoga Dada. (2015). *Promotional Strategy Impacts on Organizational Market Share and Profitability*. http://journals.univ-danubius.ro/index.php/oeconomica/article/view/3032/3023. Diakses pada 15 November 2020

Artaya, I Putu & Purworusmiard, T. (2019). *Efektifitas Marketplace dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk Bagi UMKM di Jawa Timur*. https://www.researchgate.net/publication/332523654_EFEKTIFITAS_MARKETPLACE_DALAM_MENINGKATKAN_KONSENTRASI_PEMASARAN_DAN_PENJUALAN_PRODUK_BAGI_UMKM_DI_JAWA_TIMUR. Diakses pada 4 November 2020.

Cakim, I. M. (2010). *Implementing Word of Mouth Marketing*. New Jersey: John Wiley & Sons. https://www.pdfdrive.com/download.pdf?id=159072215&h=2d792fd511dc91f5a91b2ee2ad2cab7b&u=cache&ext=pdf. Diakses pada 4 November 2020

Cengiz dan Yayla. (2007). The Effect of Marketing Mix on Possitive Word of Mouth Communication: Evidence from accounting Offices in Turkey. Journal of Innovative Marketing, Vol 3. https://www.researchgate.net/publication/265286381_The_Effect_of_Marketing_Mix_on_Positive_Word_of_Mouth_Communication_Evidence_from_Accounting_Offices_in_Turkey/fulltext/5486c0600cf268d28f0465b2/The-Effect-of-Marketing-Mix-on-Positive-Word-of-Mouth-Communication-Evidence-from-Accounting-Offices-in-Turkey.pdf. Diakses pada 17 November 2020.

Constantinescu, Victor-George, Constantin, Iuliana & Belgiu, Catalina Gabriela. (2017). *Promotion Strategies in Online Marketing*. http://lumenpublishing.com/journals/index.php/lumenss/index. Diakses pada 15 November 2020

Fildzah, Annisa Nurul. (2018). *Analisis Strategi Promosi pada UMKM Social Enterprise (Studi Kasus Pascorner Cafe and Gallery)*. https://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/10965/8402. Diakses pada 4 November 2020.

Harindharputri, Made Arini & Putra, I Komang Angga Maha. (2019). *Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand*. https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/article/download/73/67. Diakses pada 17 November 2020

Hedynata, Marceline Livia & Radianto, Wirawan E.D. (2016). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack*. https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/108/101. Diakses pada 4 November 2020

Lonardo, & Soelasih, Y. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Lingkungan Fisik Perusahaan Kue Lapis Legit XYZ Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membangun Word of Mouth Positif*. *Jurnal Manajemen, Vol. 11, No. 1*, 27-40. http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/JM/article/view/219. Diakses pada 4 November 2020

Nurhaedah, Nurlaela. (2018). *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Produk Paytren melalui Media Online*. http://journal-uim-makassar.ac.id/index.php/JBAS/article/download/40/pdf. Diakses pada 4 November 2020.

Odunlami, Ibojo Bolanle & Emmanuel, Akinruwa Temitope. (2014). *Effect of Promotion on Product Awareness (A Case Study of A Reputable Organization in the Brewery Sub-Sector of the Manufacturing Industry)*. https://www.ijern.com/journal/2014/September-2014/39.pdf. Diakses pada 15 November 2020.

Ongoh, Diamond Gregorian, Mandey, Silvya L. dan Jorie, Rotinsulu Jopie. (2015). *Analisis Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ertiga Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado*. https://media.neliti.com/media/publications/2724-ID-analisis-strategi-promosi-dan-harga-pengaruhnya-terhadap-keputusan-pembelian-mob.pdf. Diakses pada 19 Desember 2020

Prihastama, Brian Vicky. (2016). *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Minimarket*. http://eprints.uny.ac.id/35466/1/BrianVickyPrihastama_12808144050.pdf. Diakses pada 4 November 2020

Sholeha, Nuraini Putri. (2018). *Desain Strategi Promosi Berbasi Online untuk Brand Lurique*. https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/654. Diakses pada 4 November 2020.

Sutomo, Y & Kuncoro, Amin. (2018). *Pricing Strategies and Implementation Promotion Strategies to Improve Customer Loyalty*. https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/14655. Diakses pada 15 November 2020.

Toroitich, Irene, Kibet, Dr. Yusuf and Bogonko. Dr Jared. (2016). *Effect of Promotional Strategy on Brand Preference of Branded Products of Kenya Co-Operative Creameries Limited*. http://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol18-issue11/Version-6/G1811064261.pdf. Diakses pada 19 Desember 2020.

Online

Kemp, S. (2018). *Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark*. https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018. Diakses pada 4 November 2020.