

*experiences* dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan kepada konsumen. Di harapkan masyarakat aktif karena menjadi salah satu komponen antara perusahaan dan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Achmad, B., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pertama). Bandung. Cv. Linda Karya.
- Agus, Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Duncan, Tom. 2002. *Principles Of Advertisting & Imc*. 2nd – International Edition. New York;Mcgraw-Hill/Irwin ( Series In Marketing).
- Effendy, O. U. (1990). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- H. Djaslim Salidin, Se, 1991. *Unsur-Unsur Pemasaran, Dan Manajemen Pemasaran*. Bandung: Penerbit Mandar Maju.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kennedy, John. E & R. Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication*. Jakarta: Pt. Bhuana Ilmu Populer.
- Kennedy, John. E & R. Dermawan Soemanagara. (2008). *Marketing Communication: Taktik Dan Strategi*. Jakarta: Pt. Buana Ilmu Populer.
- Kotler, Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran: Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication: Taktik Dan Strategi*. Jakarta: Pt Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Principles Of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung:Pt Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komputer Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M. Sc. (2016) Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Rajawali Pers.

**Jurnal :**

Antonof, Theo. (2014) *Tinjauan Bauran Promosi Pt.Pertamina (Persero) Pada Produk Pelumas Fastron* (Tanggal 4 Maret 2021, Pukul 1.45)

Clinton, Y. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Vaporizer Store Vapehitz (Studi Kasus Pada Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Vaporizer Store Vapehitz Di Kota Bandung)*.

Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Strategi Promosi, 1*, 1–10.

Hedyanata, Livia, Marceline. (2015) *Promotion Mix Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack* (Tanggal 4 Maret 2021, Pukul 23.00 Wib).

Kathleen, S., Nurmelinda, R. D., Koeswandi, T. A. L., Budiman, A., & Yusuf, I. (N.D.). Wardah Marketing Communication Strategy To Improve Brand Image During Covid-19 Pandemic. *A Social Science And Entrepreneurship Journal, 1*(1), 29–34.

Mochklas, M., Mukarromah, S., & Maro'ah, S. (2019). Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Baju Senam Grosir.Com. *Jurnal Eksekutif, 15*(2).  
<https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/185>

Mukarromah, S., Maro'ah, S., Mockhlah, M. (2018) *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Baju Senamgrosir.Com*. 316-333. Diambil Dari Scholar.Google.Co.Id (Tanggal 10 Februari 2021, Pukul 23.12 Wib).

Nafisah, Afina. (2017) *Promotion Mix Pada Tokopedia* (Tanggal 4 Maret 2021, Pukul 01.15)

Prisgunanto, Ilham. (2018) *Implementasi Promosi Marketing communication mix Kartu Kredit Di Indonesia (Studi Deskriptif Bank Mandiri, Hsbc, Citibank,*