

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M., & Tantri, S. M. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Barat: PT Raja Grafindo Persada.
- Abdullah, S. M. (2017). *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Apriyanti. (2014). PENGARUH STRATEGI PROMOTION MIX DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SECARA ONLINE DIKALANGAN REMAJA KOTA MADIUN. *Ekomaks*, 3.
- Arafat, R. (2013). Pengaruh Dimensi Sales Skill Terhadap Kinerja Penjualan. *Management Analysis Journal*, 111-112.
- Ayu Putri, N. (2016). DESAIN STRATEGI PEMASARAN ONLINE PADA FULLUS FASHION MELALUI EVALUASI BENCHMARKING. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 121.
- Ayu, N. P. (2016). Desain Strategi Pemasaran Online Pada Fullus Fashion Melalui Evaluasi Benchmarking. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Bleier, A., & Eisenbeiss, M. (2015). Personalized Online Advertising Effectiveness: The Interplay of What, When, and Where. *Marketing Science*.
- Boateng, H. F. (2015). Consumers' Attitude towards social media advertising and their behavioural response. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 301-302.
- Colliander, J., & Dahlen, M. (2011, March). Following the Fashionable Friend: The Power of Social Media Weighing Publicity Effectiveness of Blogs versus Online Magazines. *Journal of Advertising Research*.
- Dr. Jr. Raco, M. M. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif, Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kamal, s., Chuan Chu, S., & Pedram, M. (2013). Materialism, Attitudes, and Social Media Usage and Their impact on Purchase Intention of Luxury Fashion Goods Among American and Arab Young Generations. *Journal of Interactive Advertising*.
- Koshy Abraham., S. R. (2010). Determinants of B2B Salespersons' performance and effectiveness: a review and synthesis of literature. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 536-537.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Edinburgh Gate: Pearson Education, Inc.

- Mirandani, K. R., & Eka Fitria, S. S. (2019, Agustus). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran (STUDI PADA TOKO PAKAIAN BATIK DI PASAR MAYESTIK). *e-Proceeding Management*, 6. Retrieved Maret 12, 2020
- Mutia, A., & Elysa Lubis M.Si., E. (2015, Oktober). Strategi Komunikasi Pemasaran Dian Pelangi Cabang Pekanbaru Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, 3-4. Retrieved Maret 13, 2020
- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Piercy, N. F. (2011). Country differences concerning sales organization and salesperson antecedents of. *Journal of World Business*, 105.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Jibeka*, 11.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Walgito, B. (2010). *Bimbingan Konseling*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & sunarti. (2015, Desember). Analisis Strategi pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29. Retrieved Maret 10, 2020, from administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id