

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Amanah, S. (2015). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *STAINN Kediri*, Volume 1 Nomor 1.
- Arjuna, W. S. (2014). ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN (KASUS PADA AJB BUMIPUTERA 1912 WILAYAH PEKANBARU). *Jom FISIP*, Volume 1 No.2.
- Artis. (2011). STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATION. *Jurnal Sosial Budaya*, Vol.6 No.2.
- Athar, H. S. (2016). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA PADA PT. MARI SAYA TICKET STATION MATARAM. *Conference on Management and Behavioral Studies*.
- Atmoko, T. P. (2018). STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI CAVINTON HOTEL YOGYAKARTA. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, Volume 1 No. 2.
- Avinda, C. B., Sudiarta, I., & Karini, N. O. (2016). STRATEGI PROMOSI BANYUWANGI SEBAGAI DESTINASI WISATA (STUDI KASUS PADA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA). *Jurnal IPTA*, Vol. 4, No.1.
- Bagaskara, B. (2020, April 18). *Kompas*. Retrieved Oktober 18, 2020, from Rangkaian Peristiwa Pertama Covid-19: <https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/04/18/rangkaian-peristiwa-pertama-covid-19/>
- CNBC. (2020, Maret 18). *CNBC Indonesia*. Retrieved Oktober 22, 2020, from Terapkan Social Distancing, Karyawan BRI Work From Home:

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200318092027-4-145691/terapkan-social-distancing-karyawan-bri-work-from-home>

- Dann, & Dann. (2007). *Competitive Marketing Strategy*. Australia: Pearson Education Australia.
- Elfriedwan. (2020, September 24). Retrieved February 28, 2021, from Cara Promosi Media Gathering: <https://www.elfriedwan.com/2020/09/cara-promosi-media-gathering.html>
- Hidayat, D. P. (2018). STRATEGI PUBLISITAS DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS RS HUSADA UTAMA SURABAYA. *Jurnal Spektrum Komunikasi* , Vol. 2, No.2.
- Keke, Y. (2015). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP BRAND AWERENESS. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, Vol.2, No.1.
- Kwan, O. G. (2016). PENGARUH SALES PROMOTION DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSIVE BUYING DENGAN POSITIVE EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PLANET SPORTS TUNJANGAN PLAZA SURABAYA . *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.10, No.1.
- Lestari, N. T., & Sirine, H. (2019). KOMUNIKASI PEMASARN TERPADU DAN EKUITAS MEREK GOJEK INDONESIA CABANG YOGYAKARTA. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.9, No.1.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing People, Technology, Strategy*. Prentice Hall: Pearson Education, Inc.
- Octa, A. (2018, July 12). *DISTRIBUSI PEMASARAN*. Retrieved February 7, 2021, from Direct Marketing, Strategi Jitu untuk Memasarkan dan Menciptakan Penjualan: <https://distribusipemasaran.com/direct-marketing-strategi-pemasaran-langsung/>

- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA UMBUL PONGGOK, KABUPATEN KLATEN. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol.17, No.1.
- Rohaeni, H. (2016). PERANAN PROMOSI MELALUI PERSONAL SELLING TERHADAP VOLUME PENJUALAN. *Ecodemia*, Vol.4, No.2.
- Ruslan, R. (2010). *Manajenen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Setiani, N. D., & Nuzulia, S. (2014). EFEKTIVITAS PERSONAL SELLING DAN SALES PROMOTION DENGAN SAMPEL PRODUK TERHADAPKEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Journal of Social and Industrial Psychology*, Vol.3, No.1.
- SKKMIGAS. (2016, March 29). *Humas SKK Migas*. Retrieved February 10, 2021, from MENINGKATKAN KAPASITAS DAN KOMPETENSI DENGAN PERLINDUNGAN PEKERJA: <https://humasskkmigas.wordpress.com/2016/03/29/meningkatkan-kapasitas-dan-kompetensi-dengan-perlindungan-pekerja/>
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2015). *DASAR-DASAR PUBLIC RELATIONS*. Riau: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, P. d. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SHOPEE DALAM MEMBANGUN POSITIONING DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 3 Nomor 2.
- Tanama, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Thomas, B., & Housden, M. (2007). *Direct Marketing in Practice*. Burlington: Elsevier Ltd.

- Tomczak, T., Reinecke, S., & Kuss, A. (2018). *Strategic Marketing Market-Oriented Corporate and Business*. German: Springer Gabler.
- Widjaja, B. (2009). *Lifestyle Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Willy, F., Goh, T. S., & Julitawaty, W. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EFEKTIVITAS PENJUALAN BAN SEPEDA MOTOR PT. MEGA ANUGRAH MANDIRI. *Jurnal Bisnis Kolega*, Vol.6, No.1.
- Yasmin, P. (2020, April 6). *detikNews*. Retrieved Oktober 18, 2020, from Asal Usul Virus Corona Berasal, dari Mana Sebenarnya?: <https://news.detik.com/berita/d-4966701/asal-usul-virus-corona-berasal-dari-mana-sebenarnya>
- Yusuf, E. Z., & Williams, L. (2007). *MANAJEMEN PEMASARAN (Studi Kasus Indonesia)*. Jakarta: Lembaga Manajemen PPM.