

DAFTAR PUSTAKA

- Alisan, A., & Sari, W. (2018). Pengaruh Personal Selling Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fitting Pipa (Elbow) Pada Pt. Sekawan Abadi Teknik Medan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 128. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.808>
- Aliyah, H., & Indra, I. (2017). Dampak Globalisasi Perdagangan Terhadap Tingkat Kesejahteraan Negara-negara Berpenduduk Muslim. *Esensi*, 7(1), 99–110. <https://doi.org/10.15408/ess.v7i1.4764>
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 11(3), 207. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v11i3.9789>
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi Untuk UMKM. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4(1), 82–94. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Dellamita, M. F., Fauzi, A., & Yulianto, E. (2014). Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 1–6. <https://media.neliti.com/media/publications/90796-ID-peranan-komunikasi-pemasaran-dalam-menin.pdf>
- DeVito, J. A. (2012). *Interpersonal Communication*.
- Faizah, N., Huda, S., Islam, U., Sunan, N., & Surabaya, A. (2019). *Jurnal Ilmu Komunikasi STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION PRODUK THE RED GINGER AL-GHOZALI DI TAMBAK DALAM BARU SURABAYA* Pendahuluan Pada saat ini , perusahaan-perusahaan besar maupun kecil cenderung mengeluarkan biaya yang cukup banyak untuk mel. 9(2).
- Griffin, E. (2014). *A FIRST LOOK AT COMMUNICATION THEORY*.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue April). <https://perpustakaan.gunungsitollikota.go.id>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing. *Economica*, 19, 118. <https://doi.org/10.2307/2548367>

- Lengkey, L. M. E., Kawengian, D., & Marentek, E. (2014). PERANAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGGUNA IKLAN DI HARIAN KOMENTAR MANADO. *Journal ^ Ö J Mäv _ Volume III. No.3. Tahun 2014, III(3), 1–14.* <https://media.neliti.com/media/publications/90796-ID-peranan-komunikasi-pemasaran-dalam-menin.pdf><https://media.neliti.com/media/publications/90796-ID-peranan-komunikasi-pemasaran-dalam-menin.pdf>
- Lesmari, S. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran Dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi Pada Rumah Sakit Islam Lumajang). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(2), 139–147.* <https://doi.org/10.14710/interaksi,4,2,139-147>
- Locker, K., & Kaczmarek, S. K. (2009). Business communication. In *Technology Guide: Principles - Applications - Trends.* https://doi.org/10.1007/978-3-540-88546-7_51
- Muslinawati, R. (2018). Penerapan Strategi Pemasaran Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Multindo Optik Di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Manajemen, 4(1), 866.* <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i1.228>
- Nugrahani, F. (2014). Metode Penelitian Kualitatif. *信阳师范学院, 1(1), 305.* <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- Rachman, R., & Abadi, W. (2016). *Komunikasi Word of Mouth.*
- Raymond Mc.Leod. (2017). *Jurnal Ilmu Komunikasi (KAREBA). 05(2), 428.*
- Rohaeni, H. (2016). Peranan Promosi Melalui Personal Selling Terhadap Volume Penjualan. *Ecodemica, IV(2), 223–231.* <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/802>
- Salim, & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 201).
- Sarmiati, E. R. R. (2019). *Komunikasi Interpersonal Elva Ronaning Roem Sarmiati Cv . Irdh.*
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian.*

https://books.googleusercontent.com/books/content?req=AKW5QafLuYZAbhJDFK0b3ypXgKVizZnCnYDgTziCvdD5FHK8x1x4PAqAb1X0A7AymIXiGLWd2Dvt2tjbqWh_TME90lzLeprUIVNdIrpFZHizl1oaYsfLBjyRIZOnB5Jpit3FZaaa0W8VO7oTrEe1BTZsp3OTnTM50Jkyr39TcgsEI3iwHCPwyxSM5mYpPs6ySOebr1mrh

- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Angewandte Chemie International Edition* (Vol. 6, Issue 11).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. 336.
- Supit, E. O. J. (2016). Kajian Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Panggung di Woloan. *Acta Diurna*, *V*(5), 13.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, *2*(1), 90–95.
- Ulandhari, U., & Hamidah, L. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran di Syirkah Aqiqah Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *9*(2), 180–194. <https://doi.org/10.15642/jik.2019.9.2.180-194>
- Wahyudi, D., & Aruan, R. T. (2013). Analisis Personal Selling Pada Pt. Prudential Life Assurance Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, *02*, 21–29.
- Wood, J. T. (2010). *Communication Mosaics: An Introduction to the Field of Communication*. <http://books.google.com/books?id=6DscU5nk74cC&pgis=1>
- Wulandari, T. (2013). Memahami Pengembangan Hubungan Antarpribadi Melalui Teori Penetrasi Sosial. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, *11*(1), 1–122.
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *3*(1), 61–80.