

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Ed.Revisi Cet.2. Jakarta: Rajawali Pers
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- National, G., & Pillars, H. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July). <https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Panuju, Redi. 2019. *Komunikasi Pemasaran (Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran)*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Rismawaty, Surya, desayu eka, & P, sagra juliano. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Ruslan, R. (2010). *Metode penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sudaryono, D. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. PT Raja Grafindo Persada
- Solihat, M., P, Melly Maulin, & Solihin, O. (2015). *INTERPERSONAL SKILL*.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

E-Journal

Ade, H. (2018). metode penelitian kualitatif deskriptif. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.

Adriana, M., Y. M. Basri, & N. Indrawati. 2017. “Variabel yang Memengaruhi Fiscal Stress di Kabupaten/Kota se-Provinsi Riau” dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol. 25 No. 2

Gmbh, S. B. H. (2016). *Tujuan Komunikasi Pemasaran*. 1–23.

Klimova, L., & Coetzer, B. (2017). Communication planning tools. *IEEE AFRICON Conference*, 1992-Septe, 634–636.
<https://doi.org/10.1109/AFRCON.1992.624564>

M.Sesaria. (2020). meningkatkan pembelian. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.

Mathematics, A. (2016). *Strategi Komunikasi*. 1–23.

Mulyasari, R. (2020). Peranan Marketing Public Relations Happy Cocreative Dalam Kegiatan Pemasaran Digital Di Instagram. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*. <http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3508>

Richard oliver (dalam Zeithml., dkk 2018). (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.

Riska, S. (2021). metode penelitian kualitatif. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.

Susanto, A. (2017). Pembelian. *Pengertian Sistem Dan Prosedur*, 4(80), 4.
<http://repository.stei.ac.id/id/eprint/935>

Internet Searcng

Xendit. (2021). Pengertian, Tujuan, dan Fungsi Komunikasi Pemasaran - Xendit.

<https://www.xendit.co/id/blog/pengertian-tujuan-dan-fungsi-komunikasi-pemasaran/> (Diakses 29 April 2023 pukul 12.30 WIB)