

DAFTAR PUSTAKA

- Aryulina, D. D. (2004). *Biologi Untuk SMA/MA Kelas X*. erlangga.
- A, S. T. (2003). *Periklanan, Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (jilid 1). erlangga.
- Bilson, S. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Pustaka Utama.
- Butterick, K. (2014). *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. rajagrafindo perkasa.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Alfabeta.
- Evan, B. &. (1992). *Retail Management. A Strategic Approach*.
- Forsdale. (1981). *Perspectives on Communication*. Random House.
- Hardilawati, W. L. (2019). Model Pemasaran Hubungan Pelanggan, Inovasi Dan E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Ukm Di Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 9(2), 213–222.
- Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. erlangga.
- J. Setiadi, N. (2008). *Perilaku Konsumen* (cetakan pe). Penerbit Kencana.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. erlangga.
- Kennedy, J. E. R. D. S. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).

- Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (2010). Kencana Prenadamedia Group.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedu). PT. Indeks.
- Mas'ood, M. (1990). *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. LP3ES.
- Miles, M. . & H. A. . (1984). *Analisis Data Kualitatif. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi*. 1992. Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (2005). *metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. PT Indeks.
- OECD. (2020). *SME Policy Responses*. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-Di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses.
- Palepu, K. G. dan P. M. H. (2013). *Business Analysis & Valuation Using Financial Statement*. Cengage Learning.
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Pelangi Aksara.
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel

- Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112.
- Reid, Mike., dkk. (2005). *The Relationship between Integrated Marketing Communication, Market Orientation, and Brand Orientation*. *Journal of Advertising*,. Taylor & Francis, Ltd.
- Rendra, W. (2007). *Pengantar Periklanan*. pustaka book publisher.
- Shimp, A. T. (2003). *Periklanan Promosi*. erlangga.
- Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. (2009). PT. GramediaPustakaUtama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulaksana. (2003). *Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus*. Pustaka Utama.
- Suwatno & Priansa, D. (2011). *Manajemen SDM dalam organisasi Publik dan Bisnis*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. ANDI.
- Tjiptono Fandy, & Chandra, G. (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*. ANDI.
- Tripayana, S., & Pramono, J. (2020). *Kualitas Produk, Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada UKM Start Up Pariwisata Kombuchi Brewing Co, Bali*. *Jemap*, 2(2), 182.

<https://doi.org/10.24167/jemap.v2i2.226>

Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.