

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Kotler dan. 2008. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Anang Firmansyah. 2020. *KOMUNIKASI PEMASARAN*. ed. Tim Qiara Media.  
Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Budi, Rayudaswati. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makasar: KRETAKUPA.
- DARIYADI, MOCH WAHIB. 2012. “Istilah Komunikasi Atau Communication.”  
*Arabiyatuna.com*. <https://arabiyatuna.com/istilah-komunikasi-atau-communication/>.
- Deddy, Mulyana. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT REMAJA  
ROSDAKARYA.
- Effendi. 2003. *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*. PT REMAJA  
ROSDAKARYA.
- Fitri, Tedi. 2021. “Implementasi Personal Selling Sebagai Kontributor  
Peningkatan Kualitas Komunikasi Pemasaran Pada Era Copid 19.” Vol. 10:  
02.
- Kevin Rusman. 2015. “Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan  
Hasil Penjualan Produk PT. POKPHAN LUWUK SULAWESI TENGAH.”  
*ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 4: 5.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/9455>.
- Komariah, Satori dan. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke.

Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip. 2003. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Moleong. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*.

Moss, Tubbs dan. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT REMAJA  
ROSDAKARYA.

Percy, Larry. 2008. *Strategic Integrated Marketing*. Elsevier Science dan  
Technology Books.

Peter, J. Paul. dan Donnelly, James H. 2007. *Marketing Management: Knowledge  
and Skills*. ed. 6. New York: Mc Grow Hill.

Priansa, Lili adi wibowo dan Doni Juni. 2017. *Manajemen Komunikasi Dan  
Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Sobur. 2014. *Filsafat Komunikasi Tradisi Dan Metode Fenomenologi*.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,  
Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Terence, A.Shimp. 2008. *Advertising Promotion: Other Aspects of Integrated  
Marketing Communication*. 5th ed. South-Western College Pub. USA.