

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, & Sangen, M. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, dan Advertising terhadap Minat Beli Konsumen pada Hotel Biuti di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 42–47. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Diwati, F., & Santoso, T. I. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta Influence of Strategies Integrated Marketing Communication (IMC) to Consumer Buying Decision. *Jurnal STIEBBANK*, Vol. 6, No(Imc), 33–54. <http://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/viewFile/75/78>
- Faizah, N., & Huda, S. (2019). Strategi Integrated Marketing Communication Produk The Red Ginger Al-Ghozali di Tambak dalam Baru Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 162–179. <https://doi.org/10.15642/jik.2019.9.2.162-179>
- Hufron, M. (n.d.). *PENGARUH DIRECT MARKETING , SALES PROMOTION DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI*. 34–45.
- Ishak, A. (2012). Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal ASPIKOM*, 1(4), 373. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i4.38>
- Khasanah, I. (2019). *PENGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION TERHADAP BRAND EQUITY (Studi Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung)*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(3), 1–21. <https://media.neliti.com/media/publications/112355-ID-pengaruh-struktur-aktiva-ukuran-perusaha.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lestari, R. (2015). *SALES PROMOTION SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MOBIL LOW COST GREEN CAR DAIHATSU AYLAPADA PT. ASTRA INTERNASIONAL TBK CABANG CILEDUGKOTA TANGERANG*. 3(1), 83–107.

Mariska, J. (n.d.). Analisis Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity dan Word of mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Vol.3 ,No.3, 2015: 254-267.*

Purwaningsih, E. S., & Purworini, D. (2016). *PERAN IMC DALAM PEMILIHAN MOMMILK MANAHAN SOLO SEBAGAI PILIHAN KUNJUNGAN KONSUMEN. VIII(2), 144–158.*

Rosalina, F., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang (Survei pada Konsumen Jasa GrabCar di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 60(1), 139–148.*

Watie, E, D, S. (2012). periklanan dalam media baru. *THE MESSENGER, 66(3), 37–39.*

