

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (9th ed.). McGraw-Hill.
- Bungin, B. (2017). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Cialdini, R. B. (2021). *Influence: The Psychology of Persuasion* (Edisi Revisi). Harper Business.
- Duncan, T. (2020). *Principles of Advertising and IMC* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2021). *Consumer Behavior* (8th ed.). Fort Worth: Dryden Press.
- Handoko, T. H. (2019). *Manajemen*. BPFE (Badan Penerbit Fakultas Ekonomi) Universitas Gadjah Mada (UGM).
- Keller, K. L. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (3rd ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi ke-1). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Mangkunegara, A. A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Masitoh, N., & Rosidah, E. (2018). *Komunikasi Bisnis*. Universitas Siliwangi.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Gadjah Mada University Press.
- Rivai, V., & Sagala, E. (2016). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan: dari teori ke praktik*. Rajawali Pers.
- Sedarmayanti. (2017a). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Refika Aditama.
- Sedarmayanti. (2017b). *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja, dan Produktivitas Kerja*. PT Refika Aditama.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (9th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing* (7th ed.). Pearson Education Limited..
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutopo, H. B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Universitas Sebelas Maret.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Strategi Pemasaran Jasa* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja*. Rajawali Pers.

Sumber Artikel:

- Anggraini, N. M., Ramadhan, M., & Harahap, M. I. (2024). Strategi promotion mix untuk peningkatan penjualan UMKM pada Katering Abg Rafin Percut Sei Tuan. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(3), 40–49.
- Astutik, L. R. D., & Achsa, A. (2020). Analisis penerapan promotion mix dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PD BPR Bank Bapas 69 Kantor Cabang Magelang Utara. *Jurnal Maneksi*, 9(2), 371–377.
- Elshadai, E. W., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. A. (2022). Analisis efektivitas bauran promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan di Objek Wisata Religius Bukit Kasih Kanonang Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 195–204.
- Febriyanti, N. N. M., Leksono, V. A., Rizalmi, S. R., & Sulaiman, M. (2023). Menerapkan strategi promotion mix menggunakan metode AHP pada UMKM X Bakery. *JATI UNIK: Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri*, 6(2), 14–25.
- Hasan, S. (2020). Konsekuensi penerapan mix promosi terhadap kinerja pemasaran bisnis mikro kecil dan menengah di Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(1), 196–207.
- Latif, A. (2020). Pengaruh bauran promosi (promotion mix) terhadap keputusan pemilihan lembaga pendidikan bahasa Inggris International Language Foundation (ILF) di Lamongan. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 3(2), 90–105.
- Mudjiarto, M., & Afrianti, M. R. (2020). Efektivitas online promotion mix melalui media sosial Facebook untuk meningkatkan omzet penjualan UMKM di wilayah Kebayoran Lama. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 16(1), 1–16.
- Nurdiana, P., & Haryanti, P. (2024). Efektivitas promosi dalam meningkatkan penjualan produk KPR subsidi di tengah persaingan pasar: Analisis strategi pemasaran dalam Islam (Studi pada BTN KCPS Jombang). *Jurnal Kajian, Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7 (1), 17-27.
- Rista, F. R., Annisarizki, & Pitasari, D. N. (2024). Strategi promotion mix marketing Agung Sport Center dalam meningkatkan jumlah konsumen tahun 2022. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, 3(1), 30–38.
- Tirahaifa, N., & Amaliah, I. (2024). Pengaruh preferensi dan minat terhadap keputusan milenial dalam Kredit Pemilikan Rumah di BJB Tamansari Bandung. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(5), Edisi Khusus.
- Zeithaml, V. A. (2022). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.