

DAFTAR PUSTAKA

- Agisni, Juliana, 2015. *Analisis Pengaruh Personal Selling Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Mandiri Tabungan Rencana Di PT Bank Mandiri Persero KCP Jakarta Ratu Plaza.*
- Alexander, J.H., Schouten, J.W., Koenig, H.F. (2002), "Building Brand Community", *Journal of Marketing*, Vol. 66 No. January, pp.38-54.
- Alma, Buchari. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.
- Amanah, Dita & Pelawi, Stephany P., 2015. *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair*, 3(2), 12.
- Anggito, A., & Setiawan, J., 2018. *Metodologi penelitian kualitatif.* CV Jejak (Jejak Publisher).
- Augusty, Ferdinand, 2006. *Metode Penelitian Manajemen.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Belch, G., and Belch, M.A. (2003), *Measuring the Effectiveness of Promotional Programs, Advertising and Promotion – An Integrated Marketing Communication Perspective*, Tata McGraw Hill, New Delhi, 6th edition
- Budi Satriyo Adi Nugroho, Zein Mufarrih Muktaf, 2015. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) dalam Penguatan Brand AKA Movement Ypgyakarta Pada Tahun 2015.* Program studi Ilmu Komunikasi, Fisipol, UMY, Indonesia. <http://repository.umy.ac.id>.
- Buzzell, R.D, (2004), *The PIMS Program of Strategy Research: A Retrospective Appraisal*, *Journal of Business Research*, 57 (May), 478-83.

- Clarista Anjelin, Itca Istia Wahyuni, 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake Dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta. *Jurnal Communication* , 9 (1) , 73-102.
- Dita, A. Stephany, P.P., 2015. Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quanomic*. III (02), 10-18.
- Fadillah, A. Virgi & Agustin Wiji. Implementasi Integrated Marketing Communication Dalam Brand Awareness Politeknikindo dan Universitas Tarumanagara Untuk Meraih Segmentasi Pasar.
- Ghozali dan Fuad. 2008. SEM. Teori dan Konsep dengan Program LISREL 8.80. Semarang: BP-Undip. Hal:29 – 34.
- Ghozali, Imam, 2008. *Structural Equation Modelling*, Edisi II, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2014. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hutagaol, C. D. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan.
- Hendrawan, A., 2019 Pengaruh marketing digital terhadap kinerja penjualan produk umkm asti gauri dikecamatan bantarsari cilacap. *Journal Administrasi dan Kesekretarisan*., 4(1) 50-64.
- Imanda, A., Mahyuzar, M., Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Kyriad Muraya Aceh Dalam Menarik Minat Pengunjung. *Journal ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 3(4).

- Irham., 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Personal Selling Produk Kangen Water di Kecamatan Bontoala.
- Jooyoung, Kim ve Morris, John D. (2003). *“The Effect Of Advertising On The Market Value Of Firms: Empirical Evidence From The SuperBowl Ads”*, *Journal Of Targeting, Measurement And Analysis For Marketing*, Vol. 12, No. 1: 5364
- J Supranto dan Nandan Limakrisna, 2013. Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), Edisi 3, 119.
- Kitchen, Philip J., Schultz, D.E. (1997), *“IMC: What it is and why companies are working that way?” New Ways for Optimizing Integrated Communications*, ESOMAR, The Netherlands pp.1-24.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management* New Jersey: Prentice Hall, International Eleventh Edition Lassar, Walfried; Mittal, Banwari; ve Sharma, Arun. (1995). *“Measuring Customer Based Brand Equity”*, *Journal Of Consumer Marketing*, Vol. 12, No. 4: 1119.
- Kusniadji. S, 2017. Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*. 9 (2),176-183.
- Lovelock, Christopher., Jochen, Wirtz., & Jacky, Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia* Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (1989) *Metode Penelitian Survei*, Jakarta.,LP3LS

- Muhanji, Mbayisi, & Ngari, Boaz. (2015). Influence of Integrated Marketing Communication and Sales Performance of Commercial Banks in Kenya. 5. Internasional Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP), 5(9),1-20.
- Muhammad Zainur Rohman, Solimun, dkk. Identifikasi Variabel Moderasi pada Pemodelan Struktural dengan Pendekatan Interaksi Indikator Tunggal, (Malang: Jurusan Matematika FMIPA Universitas Brawijaya, Tidak Diterbitkan), Tanpa Halaman.
- Prayitno, Sunarto., Harjanto, Rudi. (2017). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Priansa, Donni Juni 2017. Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Alfabeta, Bandung.
- Rijal, Syaiful & Rifan, Khoiru. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM.
- Lutfi. dkk, 2018. Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Kepercayaan Merk Terhadap Keputusan Beli. SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis. XI (1), 90-103.
- Suherman, U.D., et all. 2017 Kajian Terhadap *Intregrated Marketing Communication* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. stembi.ac.id, Xiv 3, 1-9.
- Suarni, Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan PT. Mega Indah Sari Timor (Misi Depo Bangunan) di kota Makassar. Repositori.uin.alauddin.ac.id
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2011, Statistika untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.

Solimun. 2002. *Multivariate Analysis Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos*. Fakultas MIPA Universitas Brawijaya, Malang.

Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan (Metode dan Paradigma Baru)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), Cet. 2, Hal. 29, 64