

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, K. &. (2014). *Prinsip Prinsip Pemasaran*.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*.
- Kotler, & Amstrong, P. &. (2016). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Keller, &. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusumastuti, F. (2016). *Dasar Dasar Humas*.
- Littlejohn, W, S., & Foss, &. K. (2009). *Teori Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Norhabibah, F. (2021). Strategi Marketing Public Relations Bussines to CV HakaiTechnology Industries Dalam Menjaring Konsumen di Pulau Jawa. *Jurnal Impresi*.
- Putri, D. P. (2012). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen.
- Ratna, N. K. (2011). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Romadhan, M. I. (2020). Perencanaan Pesan Promosi Melalui Instagram Dalam Menarik Minat Konsumen Pada Holyskateshop.
- Siahaan, W. C., Hendra, Y., & Matondang, &. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan OPPO Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Smartphone OPPO.
- Syahputra, Y. A. (2012). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam MinatKonsumen PT. Radjagranvindo Persada.
- West, T. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta:Salemba Humanika.

“Halaman Sengaja Dikosongkan”