

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, Aulia Azhar. 2020. *Statistik Lahan Pertanian Tahun 2015-2019*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal-Kementerian Pertanian.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2017. *Pengantar Bisnis Edisi 20*. Bandung: Alfabeta.
- Alauddin, Muhamad Luthfi. 2017. *Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Mutif Bandung. Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pasundan.
- Amrin, Abdullah, 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta: Grasindo.
- Bashkara, Satriyo; dkk., 2014. *Customer Relationship Management (CRM) dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Virgo Ekspres Tour & Travel Manado*. Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 1.
- Basu, Swastha dan Irawan. 2014. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Chamdiyati, Anisa. 2017. *Strategi Komunikasi Dakwah Pimpinan Daerah Aisyiyah Kota Malang. Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kho, Johan. 2018. *Strategi Push dan Pull Dalam Pemasaran Bisnis, Mana Yang Paling ideal?*. Diakses dari [Strategi Push Dan Pull Dalam Pemasaran Bisnis, Mana Yang Paling Ideal? \(simplidots.com\)](http://Strategi Push Dan Pull Dalam Pemasaran Bisnis, Mana Yang Paling Ideal? (simplidots.com)). 6 Mei 2021.
- Koentjaraningrat. 2016. *Pengantar Ilmu Antropologi Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta Berat.
- Kanita, Maya. 2019. *Strategi Promosi dalam Meningkatkan volume Penjualan Buku Penerbit Erlangga Di Kota Palangkaraya. Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Ekonomi Syariah. Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya.

- Kotler, Amstrong. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller. 2016. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; dkk., 2019. *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia.
- Marhaeni, Gusti A.M.M. 2013. *Organizational Structure*. Diakses dari [Organizational Structure – Gusti A.M.M. Marhaeni \(wordpress.com\)](#). 6 Mei 2021.
- Mufiyati, Rahayu dan Nawari. 2020. *Pengaruh Sales Promosion dan Personal Selling Terhadap Pembelian Pada UD Cipta Karya Abadi Lamongan*. Humanis, Volume 12 No. 1.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ramdhan, Kuswendi. 2020. *Pengaruh Bauran Promosi dan Physical Evidence terhadap Kepuasan Penumpang Pada Bus Executive Primajasa Rute Bandung – Jakarta*. Skripsi. Fakultas Rkonomi. Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pasundan.
- Saraswati, I Dewa Ayu Gede Diah; dkk., 2019. *Pengaruh Personal Selling Agen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Pada PT SUN LIFE FINANCIAL Cabang Penaron A. Yani*. Jurnal Manajemen. Vol. 5 No.2.
- Sitorus, Novelia. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprianto, Puji Sugeng. 2018. *Promosi Festival Budaya Nyangku Panjalu. Tugas Akhir*. Ilmu Seni dan Sastra. Desain Komunikasi Visual. Universitas Pasundan.
- Wahyuni H. 2019. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT Hadji Kalla Cabang Gowa*. Skripsi. Pendidikan Ekonomi. Ekonomi. Universitas Negeri Makassar.
- Widyaastuti, Sri. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila.
- Yusi, Syahirman, Umiyati Idris. 2016. *Metodologi Penelitian*. Palembang: Unsri Press.