

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari 2018, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Catrsia, Regina. 2020. Tinjauan Bauran Promosi Pada PT Autochem Industry Cabang Palembang. *Laporan Akhir*. Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
- Febriyanti, Ika. 2020. Tinjauan Kegiatan Promosi Penjualan pada UMKM Salsabila Roti Suka Pindah Ogan Ilir. *Laporan Akhir*. Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
- Haryani, Dwi Septi. 2019. Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjung Pinang. *Jurnal Dimensi*. Vol. 8 No. 1. Maret 2019. Hlm 20. Diakses 20 Mei 2021.
- Joesyiana, Kiki. 2018. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekan Baru. *Jurnal Valuta*. Vol 4 No. 1. 1 April 2018. Hlm 72-74. Diakses 20 Mei 2021
- Keller, K.L. dan Kotler, P. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I (Edisi ke 12)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. (Edisi ke12)*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, Diana Fitri dan Mohamad Syhariat Sugandi. 2018. Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. Vol 3 No 1. Diakses tanggal 20 Mei 2021.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa. Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Katalog Dalam Terbitan.

- Oktarina, Yolanda. 2020. Pengaruh Harga dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Linda Kosmetik Palembang. *Laporan Akhir*. Jurusan Adminsitration Bisnis Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. (tidak dipublikasikan). Diakses tanggal 10 Juni 2021.
- Pratama, Khalif Noorindra . 2019. Bauran Promosi Menggunakan Sosial Media Instagram (Online) <http://digilib.uin-suka.ac.id>. *Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi*, Halaman 19-24. Diakses pada tanggal 07 Maret 2021.
- Setiyaningrum Ari, Jusuf Uday, & Efendi. 2017, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: AND.
- Setiawati, Mila. 2015 Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. (dipublikasikan). Diakses pada tanggal 17 Juli 2021.
- Siregar, Sofyan. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmana dan Japarianto. 2015. Pengaruh Personal Selling dan Brand Activation Terhadap Purchase Intention Konsumen pada Produk Santan Bubuk Sasa PT Inti di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol 4, No 1. Diakses tanggal 07 Maret 2021.
- Swasta, Basu. 2008 *Manajemen Pemasaran Modern. (Edisi ke 2)*, Yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta.
- Swasta, Basu. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.