

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Blattberg, R.C., & Neslin, S.A. (1990). *Sales Promotion : Concepts, Methods, and Strategies*. England: Prentice Hall.
- Duncan, Tom. (2002). *IMC using Advertising and Promotion to Build Brands*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Fill, Chris. (2005) *Marketing Communications: engagement, strategies and practice*, University of Portsmouth: Prentice Hall.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017) *Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks
- Peter, P.J., & Jerry, C.O. (2020). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Singapore: McGraw-Hill Book Co.
- Purwanto, 2013, *Komunikasi Bisnis*. Erlangga
- Ruslan, Rosady. (2006). *Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandi. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta. Yogyakarta: ANDI.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2006). *Service marketing. 4 th edition*. New York: The MC Graw-Hill Companies, Inc.

## **Jurnal**

- Arsyad, M., Arum, N.E.S., & Maspiyah. (2015). Strategi Pemasaran Perawatan Kecantikan (Body Spa Dan Facial) Di Noura Salon Surabaya. *Jurnal Tata Rias*,4(3).
- Ayu, Chika Chintia. (2012). Strategi Komunikasi Brand Wardah Kosmetik dalam Memasarkan Produk Kosmetik Halal. *Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Dian Sarastuti. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi / Volume 16, No.01, Mei 2017: 71 – 90* hal 55-90.
- Imanda., Husnurrofiq., & Syahrani. (2019). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Toko Mahkota Ayu Banjarmasin. *Tesis*, Universitas Islam Kalimantan, Banjarmasin.
- Lee, Chun Wah. (2002). *Sales Promotions as Strategic Communication: The Case of Singapore. The Journal of Product and Brand Management*, Singapura: Nanyang Technological University.
- Muhammad, Wirawan (2016-03-20). *"Vote Buying (Jual Beli Suara) Dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014 di Kelurahan Pengasinan, Bekasi Timur"*.
- M. McDonald and I. Dunbar (2012). Market Segmentation :How To Do It And How To Profit From It, *vol. 111, no. 479*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd,.
- Resmawa, I.N. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Memasarkan Produk Cemilan Kerupuk Singkong Samiler“Samijali” Di UKM Eks Lokalisasi Dolly. *Jurnal Sosial dan Humaniora*,
- Tung, Gu-Shin., Kuo, Chiung-Kuo., Kuo, Yun-Ting. (2011). Promotion,

Switching Barriers, and Loyalty. *Australian Journal of Business and Management Research*, 30-44.

Zahra, Aulia Risa. 2018. Smartplore Tourisme: Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Agrowisata Taman Buah Mekarsari.

### **Website**

Admin. (2021, 09 11). *kecamatan-rawalumbu*. Retrieved from rawalumbu.bekasikota.go.id:

<https://web.archive.org/web/20170513022843/http://rawalumbu.bekasikota.go.id/read/12/kecamatan-rawalumbu#.WMinETkXgTU>

Nisa. (2022, 03 17). Market Positioning: manfaat, jenis, dan cara menerapkan. Retrieved from inmarketing.id: <https://inmarketing.id/strategi-market-positioning-adalah.html>

Xendit. (2022, 03 25). Ini Segmenting, Targeting, & Positioning di Strategi Pemasaran. Retrieved from Xendit.co: <https://www.xendit.co/id/blog/pahami-segmenting-targeting-positioning-dalam-strategi-pemasaran/>