

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Akmal, Azhari. (2016). Etika & Spritualitas Bisnis. Sumatera Utara: FEBI UIN-SU Press

Anselm Strauss dan Juliet Corbin. (2003). Dasar-dasar Penelitian Kualitatif Tata langkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Cangara, Hafied. (2014). PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada

Effendy, Onong Uchyana. 2011. Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya, Bandung : Remaja Rosdakarya.

Firmansyah, Anang. (2020). Komunikasi Pemasaran, Pasuruan: Penerbit Qiara Media

Gordon I. Zimmerman. (1997). Speech Communication: A Contemporary Introduction. St. Paul : West

Hadi, Sutrisno. 1986. Metodologi Research. Yogyakarta: Andi Offset

Hax dan Majluf. (1986), STRATEGY AND THE STRATEGY FORMATION PROCESS

Ikhsan, Arfan. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Bandung: Citapustaka media

Kotler, Philip dan Keller, (2007), Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta

Kriyantono, Rachmat. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Morissan. (2007). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta: Penerbit Ramdina Prakarsa.

Mulyana, Deddy. (2015). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Prince, Clay. (1998). Strategy and Tactics A Primer

Porter, Michael E, (1996), What Is Strategy? Harvard Business Review

Salusu, J. (2003). Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit. Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.

Tjiptono, Fandy. (2019). Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Penerbit ANDI

Skripsi:

Loli, Tamara Putri. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Busana Muslim Dinda Firdausa Di Media Online*

Pangestu, Putri Ayu. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Gaharu Plaza Indonesia Dalam Meningkatkan Penjualan Produk*

Ulmi, Ifnita. 2016. *Strategi Komunikasi Pemasaran Nutrition Shake Mix oleh Member Herbalife Melalui Penjualan Personaldi Klub Alma Ceria Pekanbaru*

Mardiansyah, Yogi. 2016. *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAFE HAN'S KOPI DALAM MEMPERKENALKAN BRAND-NYA*

Website:

Gilang Irwan. (2019). *Model PESO: Paid, Earned, Shared, dan Owned Media*. Diakses pada 28 Oktober 2021, dari <https://www.glngirwn.com/blog/model-peso/>

Inilah Konsep Strategi Komunikasi Pemasaran yang Efektif. (2019). Diakses pada 28 Oktober 2021, dari <https://www.xendit.co/id/blog/2-konsep-strategi-komunikasi-pemasaran-yang-efektif-untuk-bisnis-kecil/>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN