

## DAFTAR PUSTAKA

- BAB III, M. 101. (2016). *variabel Penelitian*. 32–50.
- Fatimah, C., Wirnawa, K., & Dewi, P. S. (2020). Analisis Kesulitan Belajar Operasi Perkalian Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama (Smp). *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.33365/ji-mr.v1i1.250>
- Hafiar, H., Lukman, S., Ardiyanto, A., Basu, S., Irawan, Mussardo, G., Penelitian, A. K., & Mussardo, G. (2018). 済無No Title No Title. *Statistical Field Theor*, 53(9), 1689–1699.
- iii, B. A. B., Dan, O., & Penelitian, M. (2017). 1 ) , 2 ) , 3 ). 64–100.
- Jasmani. (2018). Pengaruh Promosi dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan (Studi PT. Baja Perkasa Jakarta). *Jurnal Semarak*, 1(3), 142–157.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- K, N. A. D., Winarno, A., Prodi, S., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Bagian Kilang Paraxylene PT Pertamina (Persero)*. 6(2), 4387–4394.
- Karyaningsih, R. P. D., & Karyaningsih, P. D. (2018). Ilmu komunikasi. In *Bandung Rosdakarya*.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal*

*Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65>

Lisarini, E., & Rachmayanti, Y. S. (2020). Macam Media Komunikasi Pemasaran Beras Pandanwangi Dan Penyampaian Terhadap Tingkat Efektivitas Komunikasi Pemasaran Di Cianjur (Studi Kasus Koperasi Kesejahteraan Unsur, Cv Pure, Pb Sindang Asih, Pb Okh Dan Toko Pribadi). *AGRITA (AGri)*, 1(2), 56. <https://doi.org/10.35194/agri.v1i2.809>

Priansa, DR. Donni Juni Priansa, S.Pd., S.E., M.M., M.AP., Q. (2017). *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. ALFABETA, CV.

Prodi, S., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOLYSHOES*. 4(3), 2930–2938.

Rahmania, A., & Fadli. (2021). Pengaruh Kredibilitas Endorser Lokal Terhadap Iklan Kosmetik Dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Borneo Akcaya*, 7(1), 29–38. <https://doi.org/10.51266/borneoakcaya.v7i1.194>

Ramadhan, A. D., Studi, P., Komunikasi, I., Dakwah, F., Komunikasi, D. A. N., Negeri, U., & Ampel, S. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran D ' Mini Vape Store Sidoarjo*.

Semarang, U. P. (2016). 1), 2) 3) 1).

Suripto, T. (2019). Kajian Literatur Efektifitas Pemasaran Produk Dengan Menggunakan Sistim Online Marketing di Era Disruption. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(2), 120. [https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8\(2\).120-128](https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8(2).120-128)

Tjetjep Samsuri, S. barat. (2003). *KAJIAN TEORI , KERANGKA KONSEP DAN*.

Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 38–56. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3003>

Widjojo, H. (2017). *Sari - Sari Pemasaran & Aplikasinya di Dunia Bisnis* (H. Widjojo (ed.); pertama). prasetiya mulya.

Zaharah, F. (2021). 濟無No Title No Title No Title. In *PENGARUH HARGA PAKET UMROH, INFLASI, KURS RUPIAH PADA DOLLAR TERHADAP PERMINTAAN JASA UMROH DI KOTA MEDAN*.

<https://rufiismada.files.wordpress.com/2012/10/tabel-r.pdf>

<https://rumusrumus.com/wp-content/uploads/2018/08/t-tabel-pdf.pdf>