

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*.
- Alaslan, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Al-Farizi, B. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Kelompok Tani Sari Rejeki Desa Sukorejo Kecamatan Sambirejo Dalam Meningkatkan Penjualan Beras Organik. *komunikasi*.
- Andriany, D. A. (2021). Strategi Komunikasi Kerukunan Umat Beragama (Fkub) Dalam Memberikan Informasi Mengenai Aturan Pembangunan Rumah Ibadat Di Kota Cirebon. *Jurnal Ilmiah Publika*, 2337-4446.
- Choirunnisak, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Home Industri Hasta Indonesia. *Skripsi*.
- Fajar, A. (2017). implementasi IMC pada tokopedia dalam mempertahankan pelanggan. *jurnal komunikasi*, 2579-329.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah komunikasi Makna*.
- Hamdat, A. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Diandra Primamitra Media.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (studi kasus pada pt expand berlian mulia di semarang). *jurnal komunikasi*.
- Meisa Priantika, E. E. (2024). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Unggul "Npk Pusri" Di Pt Pupuk Sriwidjaja Palembang. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*.
- Octaviani, A. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- PIM. (2024). *Produk PIM*. Retrieved from pim.co.id: <https://pim.co.id>
- PIM. (2024). *PT Pupuk Iskandar Muda/perusahaan*. Retrieved from pim.co.id: <https://pim.co.id>
- Prahastoro, G. Y. (2021). Strategi komunikasi pemasaran layanan securities crowdfunding dalam menarik minat masyarakat untuk berinvestasi di sektor ukm. *journal of economics and business mulawarman*, 210-217.
- Rohmah, W. N. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Turrima Agro Mass Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Skripsi*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta CV.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.

- Suwatno. (2018). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Tisra. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communications) Kaos Dank! Pekanbaru Dalam Meningkatkan Penjualan Produk. *Jom Fisip*, 5-11.