

## DAFTAR PUSTAKA

- Andita, Astrid. 2017. *PENGARUH IKLAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN*[Skripsi]. Yogyakarta(ID). Universitas Sanata Dharma.
- Apriyani, Maria. 2017. *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK FRESTEA*[Skripsi]. Bandung(ID). Universitas Pasundan.
- Hanafi, Agustina dan Zakaria. 2016. *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PERPANJANGAN SEWA PENYEWA KIOS DI PALEMBANG SQUARE MALL (PS MALL)*. Jurnal Manajemen. Vol(XX): 03.  
<https://media.neliti.com/media/publications/114282-ID-pengaruh-komunikasi-pemasaran-terpadu-te.pdf> (Diakses online : 27 Mei 2020)
- Hariningsih, Endang. 2013. *INTERNET ADVERTISING SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN INTERAKTIF*. Vol(I):14
- Hermawan, Agus. 2012. *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Jakarta: Erlangga.
- Kayode, Olujimi. 2014. *MARKETING COMMUNICATIONS*. London: Bookboon.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. 2016. *MARKETING MANAGEMENT 15E*. Harlow: Pearson education.
- Purnamasari, Deti. 2019. *KKP: INDONESIA SUDAH MAMPU HASILKAN 16 JUTA TON IKAN PER TAHUN*. Di <https://nasional.kompas.com/read/2019/08/06/21271061/kkp-indonesia-sudah-mampu-hasilkan-16-juta-ton-ikan-per-tahun>. (diakses 11 Desember 2019)
- Purnomo, Rochmat. 2017. *ANALISIS STATISTIK EKONOMI DAN BISNIS DENGAN SPSS*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press. Di <https://books.google.co.id/books?id=MQCGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Rochmat+Aldy+Purnomo,+S.> (Diakses Online 3 Juni 2020).
- Rachmawati, Putri. 2019. *EFEKTIVITAS IKLAN CETAK (BROSUR) PRODUK NON-SUBSIDI PUPUK NPK PHONSKA PLUS PT PETROKIMIA GRESIK : STUDI KASUS PADA KELOMPOK TANI MAKARYO TANI KABUPATEN LAMONGAN*[Tugas Akhir]. i Surabaya (ID): Universitas Airangga.
- Saputra, Abdul. 2016. *ANALISIS EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PRODUK YOGURT SENTULFRESH INDONESIA MELALUI WEBSITE*[Skripsi]. Bogor (ID). Institut Pertanian Bogor.
- Sari, Christina. 2016. *ANALISIS PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP CUSTOMER-BASED RETAILER EQUITY (STUDI PADA PELANGGAN MINI-MARKET INDOMARET DI RAWA BUAYA, JAKARTA BARAT)*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan

Sosial. Vol(V):2.

<https://pdfs.semanticscholar.org/3896/a463e99c8d2dc08f58b50885983b8eb71696.pdf>

(Diakses Online : 27 Mei 2020)

Sekaran, Uma. 2011. *METODE PENELITIAN UNTUK BISNIS*. Jakarta:Salemba Empat. (7 Mei 2020)

Shimp, Terence A. 2014. *KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM PERIKLANAN DAN PROMOSI*. Jakarta: Salemba Empat.

Tsany, Affan. 2018. *KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK FITRICE PT. PETROKIMIA GRESIK DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DI JAWA TIMUR*[Tugas Akhir]. Surabaya (ID):Universitas Airlanga.

WA, Fahrizal. 2019. *TERNAK IKAN AIR TAWAR YANG PALING MENGUNTUNGGAN, OMZET MENCAPAI RATUSAN JUTA*. Di <https://medium.com/@fahrizalw0/ternak-ikan-yang-paling-menguntungkan-63a49b78912c> (diakses 11 Desember 2019)

[www.petrokimia-gresik.com](http://www.petrokimia-gresik.com) (Diakses online : 15 Februari 2020)

[https://gresikkab.go.id/media/Statistik%20kecamatan/kda2018/050\\_Cerme.pdf](https://gresikkab.go.id/media/Statistik%20kecamatan/kda2018/050_Cerme.pdf) (Diakses online : 8 Mei 2020)

<https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/> (Diakses online : 2 Juni 2020)