

begitu diharapkan kedepannya dapat memaksimalkan setiap bauran promosi yang dijalankan.

3. PT. Rolas Nusantara Mandiri harus meningkatkan promosi yang telah dijalankan sebelumnya dan selalu memantau perkembangan tentang promosi dan pesaing di lapangan, sehingga kedepannya bisa mencapai hasil yang maksimal sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education*
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Laudon dan Traver. 2017. *E-Commerce Business. Technology . Society*. Edisi 13. Pearson
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPPFE
- Gustirani, Vicka (2011) “Pengaruh Bauran Promosi (*Promotion Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Teh Walini PTPN VIII di Kota Bandung [skripsi]”. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Purnamasari, Ika (2015) “Analisis Pengaruh Promosi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus di Miulan Hijab Semarang) [skripsi]”. Semarang: Universitas Islam Negri Walisongo
- https://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/modul01-Modul_pengantar_ebisnis.pdf Diakses pada 21 April 2020.

https://sinta.unud.ac.id/uploads/dokumen_dir/30891dcc38a57617b6b0c7593f45a1f2.pdf

Diakses 17 April 2020.

<https://www.tokopedia.com/officialrolas?source=universe&st=product> Diakses 27 Juli 2020

<https://shopee.co.id/officialrolas> Diakses 27 Juli 2020

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Persetujuan Praktik Kerja Lapangan