

DAFTAR PUSTAKA

Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2, Jakarta: PT. Indeks

www.telkomsel.com/ (Diakses pada tanggal 4 Oktober 2018 pukul 12.19)

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/10364/794/content%201.pdf?sequence=1> (Diakses pada tanggal 11 Oktober 2018 pukul 11.51)

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/10364/794/content%202.pdf?sequence=2> (Dikases pada tanggal 11 Oktober 2018 pukul 11.51)

<http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2011-2-00719-MC%20Bab2001.pdf> (Diakses pada tanggal 12 Oktober 2018 pukul 19.23)

LAMPIRAN

Daftar wawancara dengan staff Telkomsel Branch Yogyakarta

Keterangan:

*P=Pewawancara

*N=Narasumber

1. Didi Daryanto

P : “Selamat siang mas Didi terimakasih sudah meluangkan waktunya sebentar mas. Jadi disini saya mau mewawancarai tentang sales promotion yang dilakukan oleh Telkomsel Branch Yogyakarta.”

N : “Iya siap mar.”

P : “Dalam sales promotion kan terdapat tiga belas jenis alat-alat sales promotion mas, nah dari ketiga belas alat-alat tersebut kira-kira mana saja yang digunakan oleh Telkomsel dalam kegiatan promosinya.”

N : “Oke, pertama potongan harga dalam bentuk kupon. Ini biasanya diberikan pada saat event-event yang dilakukan Telkomsel. Selain itu, kupon atau voucher ini kebanyakan diberikan melalui Tcash di aplikasi Twallet contohnya kalo beli KFC dengan minimum pembayaran tertentu menggunakan Tcash bakal dapet voucher 10 ribu. Untuk di aplikasi My Telkomsel nanti tiap konsumen beli pulsa dapet kupon yang bisa ditukar dengan poin undian hadiah.”