

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. I. (2021). *Strategi Pemasaran Produk Indihome PT. Telekomunikasi Manado*. Manado: Universitas Sam Ratulagi.
- Alma, B. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anisah. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Busana MUSlim di Pasar Aceh*. Banda Aceh: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry.
- Antonio, S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Gemanlensani*. Jakarta.
- Atmoko, P. H. (2018). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality, and Recreation*.
- Ayu, W. R. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Bag Corner Ponorogo*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Bitner, Z. d. (2008). *Service Marketing*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies Inc.
- Chaerani, D. R. (2021). *Strategi Pemasaran Sales dan Marketing Departement di Hotel Grand Mercure Surabaya City dalam Masa Pandemi Covid-19 (Oktober - Desember 2020)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and Structure: Chapters in The History of The Industrial Enterprise*. Cambridge Mass.
- Choiruddin, R. (2016). *Implementasi Strategi Pemasaran Gembira Loka Zoo*. Yogyakarta: Manajemen dan Kebijakan Publik, Universitas Gadjah Mada.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Fr, D. (2011). *Manajemen Strategi: Konsep-konsep Edisi ke Sembilan*. Jakarta: PT. Indeks.
- G, J. (2001). *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Gary, K. P. (2011). *10th Edition "Marketing an Introduction"*. Indonesia: Perason.
- Hani, B. d. (2004). *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen* (Ketiga ed.). Yogyakarta: Liberty.
- Harsono. (2016). *Etnografi Pendidikan : Suatu Desain Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo.

Hartono, H. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan pada Perusahaan dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*.

Hendar. (2010). *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Jakarta: Erlangga.

Hermawan, F. T. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Idaman, M. D. (2021). *Strategi Pemasaran Indomie (PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk) dalam Pasar Global*. Malang: Universitas Negeri Malang.

Ismail, H. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Telkom.

J.L.L, W. (2021). Strategi Manajemen Kasus Covid-19: Apa Pilihan untuk Afrika? *Infectious Disease of Poverty*.

Keller, K. P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: PT. Indeks.

Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, A. d. (1995). *Dasar - dasar Pemasaran* (5 ed.). Jakarta: Intermedia.

Kotler, A. G. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Prehalindo.

Nilawati, M. (2008). *Analisis Peramalan Penjualan Emas dan Perak PT. Aneka Tambang Tbk Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia sebagai Acuan dalam Perencanaan Strategi Pemasaran*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Nilawati, M. (2008). *Analisis Peramalan Penjualan Emas dan Perak PT. Aneka Tambang, Tbk Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia sebagai Acuan dalam Perencanaan Strategi Pemasaran*. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Pertanian Bogor.

Philip, A. S. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Philip, K. (1997). *Manajemen Pemasaran* (Bahasa Indonesia Jilid 1 ed.). Jakarta: Prentice Hall.

Pobundu, H. M. (2006). *Metodologi Riset Bisnis, Cet. Pertama*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Prakarsa, R. D. (2021). *Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Unilever Indonesia Tbk*. Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945.
- Prihartini, Y. O. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT. Aneka Tambang Jakarta*. Universitas Komputer Indonesia.
- Puspita, M. (2021). Strategi Pemasarandigital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1).
- Putra, K. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Air Minum Kemasan Yeh Buleleng. *Jurnal Manajemen*, 6(1).
- Putri, M. M. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Jambi: Universitas Islam Negeri (UIN) Sulthan Thaha Saifuddin .
- Quinn. (1990). *Diagnosing and Changing Organizational Culture : Based on The Competing Values Framework*. Addison Wesley.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Rahmat, R. M. (2012). *Analisis Strategi Pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Rangkuti, F. d. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan Ocai*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- RI, K. K. (2020). Frequently Ask Questions (FAQ) Covid-19 Per Maret 2020.
- Ries, A. (1993). *Peran Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rohnulyanti, H. (2020). *Strategi Marketing Public Relation (Studi Kasus Strategi Marketing Public Relations Indodax.com dalam Membangun Kepercayaan Konsumen)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- S, A. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Saragih, J. F. (2021). *Strategi Pemasaran Shopee di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau dari Utilitarian Approach dalam Etika Bisnis*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Sari, Y. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Kopi Aceh (Studi Kasus Dhapu Kupi)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Sofjan, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.

Stanton, W. J. (2009). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sudrajat, S. (1994). *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*. Jakarta: Ikral Mandiri Abadi.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarni, M. (2013). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty.

PT. ANTAM Tbk. (2005). *Annual Report Tahun 2005*. Jakarta: PT. Aneka Tambang Tbk.

PT. ANTAM Tbk. (2007). *Antam Annual Report*. Jakarta: PT. Aneka Tambang Tbk.

PT. ANTAM Tbk. (2020). *Annual Report Antam Tahun 2020*. Jakarta: PT. Aneka Tambang Tbk.

PT. ANTAM Tbk. (2020). *Antam Annual Report*. Jakarta: PT. Aneka Tambang Tbk.

PT. ANTAM Tbk. (2021). *Sekilas Antam*. Jakarta: PT. Aneka Tambang Tbk.

Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan Edisi1*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. d. (1995). *Strategi Pemasaran (Pertama ed.)*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wahyuni, A. S. (1996). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Binarupa Aksara.

William, J. L. (2000). *Manajemen dan Strategis Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.

Y, L. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Strategi Pembangkitan dan Pengelolaan Sampah. *Frontiesof Enviromental Science and Engineering*, 15(6).