

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Alma, B. (2014). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amstrong, G. &. (2012). *Dasar Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Arikunto, & Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Karyaningsih, P. D. (2018). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1* . Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kuncoro, M. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif (Teori Dasar dan Analisis Data)*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- McDaniel. (2001). *Pemasaran [marketing]*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, L. J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muchtar. (2013). *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press GROUP.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Rahayu, S. (2019). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Palembang: Anugrah Jaya.
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Salim, & Syahrudin. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yin, R. K. (2014). *Studi kasus dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.

Skripsi :

- Indriani, Y. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk, Personal Selling dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Cemara Wisata Bandung). *Doctoral dissertation, Universitas Komputer*.
- Irawan, F. B. (2020). *Menyingkap Kualitas Pelayanan Pada Toko Kelontong Aulia Anugrah Pati*. Skripsi, Universitas Semarang.
- Wardhani, R. K. (2014). *Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Mengembangkan Perusahaan*. SKRIPSI, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Jurnal :

- Dellamita , M. F., Fauzi, A., & Yulianto, E. (2014). Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 9 No. 2*, 1-6.
- Kuraesin, E., & Prasetyowati, R. A. (2018). Comparative Analysis Of Continuity Of Modern Retail Minimarket And Traditional Retail Businesses In Indonesia. *Jurnal Manajemen, Vol 7, No 1*, 35-68.
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika, Volume. 1 Nomor. 2*, 193-198.
- Ningrum. (2017). Pengaruh penggunaan metode berbasis pemecahan masalah (problem solving) terhadap hasil belajar ekonomi siswa kelas X semester genap man 1 Metro. *Jurnal Promosi, Vol. 5 No. 1*, 145-151.
- Sarjita. (2016). Komunikasi pemasaran dalam menghadapi pasar. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi, Vol. III, No.1*, 55-61.
- Sugiono, E., Nurwulandari, A., & Khairina, F. (2021). The Effect of Promotion Mix on Sales Performance Mediated by Customer Loyalty at Paul Bakery Kota Kasablanka Jakarta. *Journal of Futures Studies, Vol. 4 No. 1*, 93-111.
- Tanjung, Y. (2020). Dampak Personal Selling Terhadap Pencapaian Penjualan Komputer Pada Cv. Shaheen Global Production. *Majalah Ilmiah METHODDA, 9(1)*, 20-27.
- Yosua, A. (2021). Pengaruh Personal Selling, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan (Trust) Konsumen dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *Jurnal Syntax Transformation, 2(12)*, 1686-1699.
- Yuningrum, H. (2016). Usaha untuk meningkatkan loyalitas toko kelontong dalam menghadapi usaha ritel yang menjamur di masyarakat. *Jurnal Ekonomi islam, Vol 7, No 2*, 109-139.

Sumber Internet :

- Octian, A. W. (2022). Apa Itu Toko Kelontong? Inilah Pengertian dan Jenis-Jenisnya.
- Oktaviana, R. (2021, Maret Rabu). Toko Kelontong: Pengertian dan Asal Mula Bisnis Modal Kecil Indonesia. *Toko kelontong*.