

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alifia, A., Ritonga, A. H., & Mubyarto, N. (2021). *PENGARUH NILAI UJRAH DAN METODE ANGSURAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH AKAD GADAI EMAS DI BANK SYARIAH MANDIRI JAMBI*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Anwar, A. (1994). Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas. *Bandung Armico*.
- Ardianto, E. (2010). Metode Penelitian untuk Public Relations. *Simbiosis Rekatama Media*.
- Arifianto, E. Y., & Coiri, M. (2018). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pembelajaran Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 77–85.
- Bendremer, E. (2003). *Top Telemarketing Techniques: Use Your Voice and Emotions to Make the Sale*. Red Wheel/Weiser.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2007). *Metode-metode riset kualitatif dalam public relations dan marketing communications*. Bentang Pustaka.
- De Weaver, L. (1997). Seni Menggunakan Pemasaran Langsung yang Berhasil dalam Bisnis Anda(Direct Marketing). *Jakarta: PT Elex Media Komputindo*.
- Effendy, O. U. (2001). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, PT. *Remaja Rosdakarya, Bandung*.
- Effendy, O. U. O. U. (2000). *Ilmu teori dan filsafat komunikasi*.
- Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. G. (2016). *Services marketing: concepts, strategies, & cases*. Cengage learning.
- Ismail, S. (2005). Kamus Pemasaran. *Pustaka*.
- Kasmir, S. M. (2008). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali press.
- Kertajaya, H. (2010). Grow with character: The model marketing. *Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 13*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). Prinsip-prinsip Manajemen Edisi 14, Jilid 1. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2007). Being known or being one of many: the need for brand management for business-to-business (B2B) companies. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- Kriyantono, R. (2008). *Teori Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods. In *Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods* (p. 263).
- Mulyana, D. (2007). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2001. *Nuansa-Nuansa Komunikasi: Meneropong Politik Dan*.
- Nasution, M. N. (2004). Manajemen jasa terpadu. *Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Nazir, M. (1988). Metode Penelitian. *Jakarta: Ghalia Indonesia*.

- Onong, U. E. (2008). *Dinamika komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rowson, P. (2008). *Kiat Sukses Menjual*. Jakarta: PT Ina Publikatama.
- Ruslan, R. (2007). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations Ed. Revisi 5*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). *Pengantar ilmu komunikasi*. Deepublish.
- Septyorini, A., & Pinem, R. J. (2020). Implementation of Telemarketing Inbound Call in Mass Market Segment Division Telkomsel Semarang Branch. *SPECTA Journal of Technology*, 4(3), 89–96.
- Solin, D. A. (n.d.). *THE LEGALITY OF TELEMARKETING RECORDING AS AN EVIDENCE FOR INSURANCE AGREEMENT*.
- Subroto, B. (2011). *Pemasaran industri*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode penelitian pendidikan. Pendekatan Kuantitatif*.
- Syarifuddin, F. (2016). *Konsep, Dinamika dan Respon Kebijakan Nilai Tukar Di Indonesia*. BI Institute: Jakarta.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Kualitas Jasa: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). sage.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media. *Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini*.

Jurnal :

- Fajarina. (2019). *Strategi Komunikasi Divisi Destinasi Wisata Provinsi Banten Dalam Mempublikasi Objek Wisata Tanjung Lesung Tahun 2019*.18.
- Bahriyah, E.N. (2010). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam membentuk Brand Image Metro TV sebagai The Election Channel*.