

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Akhmad, & Labulan, P. (2020). *Management of Application Character Education at Sekolah Dasar Kemala Bhayangkari, Balikpapan*. 432(Esic 2019), 113–115. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200417.024>
- Alhalim, R. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Tujuan Penjualan pada PT. Danbi International di Kabupaten Garut. *Skripsi*, 4–5.
- Ardyatama, N., & Suharyono, S. (2017). Analisis Faktor - Faktor Yang Membentuk Guerilla Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Konsumen Produk Minuman Coca-Cola). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(5), 162–170.
- Candra, fandy tjiptono dan gregorius. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. andi.
- Chaffey, D. F. E.-C. (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Christalisana, C. (2018). *Pengaruh Pengalaman dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek di Kabupaten Pandeglang*.
- Dabbous, A., & Barakat, K. A. (2020). Bridging the online offline gap: Assessing the impact of brands' social network content quality on brand awareness and purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53(October 2019), 101966. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101966>
- Damiati. (2019). *Perilaku Konsumen*.
- Febriani, D. (2018). Depia Febriani, 122040060 (2018) PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP TUJUAN PENJUALAN PADA USTADZ CLOTHING BANDUNG. Skripsi(S1) thesis, PERPUSTAKAAN. *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP TUJUAN PENJUALAN PADA USTADZ CLOTHING BANDUNG. Skripsi(S1) Thesis, PERPUSTAKAAN.*, 16–31.
- Febriyan, F., Brawijaya, U., Administrasi, F. I., Bisnis, J. A., & Internasional, K. B. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness pada Produk Internasional. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(1), 1–86.
- Fiki Ariyanti. (2020). *Investasi Emas Paling Top Saat Situasi Genting, Ini Buktinya*. 10(2), 3.
- Fitriyani. (2016). *Pengaruh Guerilla Marketing Berdasarkan Perilaku Konsumen Terhadap Brand Awareness Tokopedia di Kota Bandung*.
- Gökerik, M., Gürbüz, A., Erkan, I., Mogaji, E., & Sap, S. (2018). Surprise me with

your ads! The impacts of guerrilla marketing in social media on brand image. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(5), 1222–1238. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2017-0257>

Hasibuan. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.

Husein. (2017). *Analisis Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek dalam Meningkatkan Minat Beli Shampoo Pantene Pada Masyarakat Kota Pekanbaru*.

Işoraitè, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH*, 4(6), 25–37. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i6.2016.2633>

Keke. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Brand Awareness*.

Kevin Lane, K. (2015). *Strategic Brand Management Building, Measuring and Managing Brand Equity*.

Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy. An Integrated Approach to Online Marketing*.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). MARKETING 4.0(moving from traditional to digital) PHILIP KOTLER. In *by Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. All rights reserved*.

Levinson, J. C. (2017). *Guerilla Marketing Fourth Edition*.

Lindagusma, & Suriani, L. (2018). *PENGARUH REMUNERASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI KANTOR PENGAWASAN DAN PELAYANAN BEA DAN CUKAI TIPE MADYA PABEAN B PEKANBARU*. 4(2), 221–236.

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*.

Manullang. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen*.

Merangin, D. I. D., Pattiselanno, F., Mentansan, G., Nijman, V., Nekaris, K. A. I., Pratiwi, A. I. N., Studi, P., Nutrisi, I., Makanan, D. A. N., Peternakan, F., Penulisan, P., Ilmiah, K., Berbagai, P., Cahaya, I., Lapangan, D. I., Eropa, A., Geometry, R., Analysis, G., Nasution, R. D

Mizanie, D., & Irwansyah, I. (2019). Penggunaan Social Network Site (SNS) Instagram Sebagai Media Pemasaran Gerilya Digital. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 89–98. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i2.5655>

Mukti, B. W. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Efektivitas Iklan, dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli*.

Pahlawan, M. R., Laba, A. R., Pakki, E., & Hardiyono, 5)Nurlia. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) KOTA MAKASSAR*. 3(2), 228–244.

Powrani, K., & Kennedy, F. (2018). The Effects of Guerrilla Marketing on

Generation y Consumer's Purchase Intention. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 7(1), 1–12.
<https://doi.org/10.9734/ajebe/2018/39068>

Pranata, I. W. D. R., & Pramudana, K. A. S. (2018). Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5230.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p02>

Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>

Safitri. (2021). *Variasi Bahasa Dalam Iklan Provider by.U*.

Selan, C. V. P., Lopian, S. L. H. V. J., & Gunawan, E. M. (2021). *the Effects of Guerilla Marketing on Consumer Purchase Intention With Brand Awareness As Mediating Variable in Pt. Solusi Transportasi Indonesia (Grab)*. 9(1), 746–755.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Susatyo, H. (2014). *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*.

Tam, D. D., & Khuong, M. N. (2015). The Effects of Guerilla Marketing on Gen Y's Purchase Intention — A Study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 6(4), 191–198.
<https://doi.org/10.7763/ijtef.2015.v6.468>

Uker, D. (2019). *Manajemen dan Organisasi*.

Ullas, C. (2019). *Management Concepts and Practice*.