

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. N. (2021). *Upaya Organisasi Nirlaba (NGO) Bertahan di Masa Pandemi Covid 19*. Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(02), 308-321.
- Aisara, A. (2021). *Konsep Diri Sales Promotion Girls (SPG) Rokok Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pada SPG Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru)*. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Aleksandra, K., Ivona, V. R., & Antonija, P. (2021). *Strategic And Digital Marketing In Cultural Institutions And The Impact Of The Covid 19 Pandemic—A Comparative Analysis Of Two Case Studies*. Interdisciplinary Description of Complex Systems: INDECS, 19(2), 257-280.
- Alexandrescu, M. B., & Milandru, M. (2018). *Promotion as a form of Communication of the Marketing Strategy*. Land Forces Academy Review, 23(4), 268-274.
- Alifah, Nabilah N. (2022, August 19). *Didominasi BUMN, Intip 10 Perusahaan Terbesar di Indonesia*. Goodstats.id. <https://goodstats.id/article/didominasi-bumn-intip-10-perusahaan-terbesar-di-indonesia-MRBes>
- Anjelin, C., & Wahyuni, I. I. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake Dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta*. Communication, 9(1), 73-102.
- Aprilliyani, E. I., Hafiar, H., & Budiana, H. R. (2023). *Pengelolaan Media Sosial Instagram @ Chocodot _ Catalogue Oleh Pt Tama Cokelat Indonesia Instagram @ Chocodot_ Catalogue Social Media Management By PT. Tama Cokelat Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi UHO, 8(1), 66–79.
- Ardiansyah, Panji. (2018). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada PT. Gudang Garam Tbk*. Jurnal. <https://docplayer.info/72747039>
- Astuti, I., & Ramadhan, T. (2023). *Kajian UKM di Kota Tangerang: Percepatan Transformasi Era Society 5.0 Akibat Perubahan Perilaku Konsumen Pasca Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perekonomian*. ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal, 4(1), 149-154.
- Bryna, G. S. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran: Promotion Dan Customer Service Pt Garuda Indonesia (Persero) Tbk Makassar Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid 19*. (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Cangara H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Sage publications.
- Dalem, A. A. G. A. P., & Sutari, N. G. A. K. (2017). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa GO-JEK dalam Meningkatkan Brand Awareness Cabang Bali*. Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi, 15(2).
- David, F.R., & David, F.R., 2017. *Strategic Management A Competitive Advantage Approach Concepts And Cases*, Fifteenth. ed. Pearson Education, Harlow Essex
- Dhewanti, S. (2017). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Female Presenter terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Rokok (Studi pada Konsumen Rokok di Universitas Bandar Lampung)*. Skripsi.
- Diana, W., & Munandar, A. (2023). *Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor Bisnis*. Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK), 5(1), 2814-2820.
- Dunan, A. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Popolo Coffee Terhadap Generasi Millenial Melalui Akun Instagram*. Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi, 2(2), 152-159.
- Emzir. (2010). *Metedologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Fajar, A. (2017). *Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) pada PT Tokopedia dalam Mempertahankan Pelanggan*. Komunikasi: Jurnal Komunikasi, 8(3).
- Farisi, Razulul & Putra, Yanladila. (2021). *Gambaran Komunikasi Nonverbal Sales Promotion Girl (Spg) Rokok Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Masa Pandemi Covid19*. Jurnal. <http://ejournal.pamaaksara.org/index.php/sohum>.
- Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Shabrina, R. P. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen*. Komunikata57, 1(1), 50-59.
- Ilmi, M. N. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran PT Pos Indonesia dalam Upaya Menghadapi Persaingan Jasa Expedisi Paket di Surabaya Pasca Pandemi Covid 19. (PT Pos Indonesia's Marketing Communication Strategy in an Effort to Face Competition for Packaged Expedition Services in Surabaya After The Covid 19 Pandemic)*. (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Ismah, Z. (2020). *Media Komunikasi Massa Iklan Rokok Serta Distribusi Minat Beli Konsumen Rokok Kota Medan*. Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial, 4(1), 89-104.

- Jalaali, Muhamad. (2017). *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Adidas Di Surabaya*. Jurnal. <http://eprints.perbanas.ac.id>
- Keller, K. (2013). *Strategic brand management: Global edition*. Essex, UK: Pearson Education Ltd.
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Principles Of Marketing*. sixteenth edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, F. R., Setyowati, S., & Ihsaniyati, H. (2018). *Strategi Integrated Marketing Communication (Imc) Usaha Kedai Susu Mom Milk Untuk Menarik Minat Konsumen*. SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 13(2), 167-177.
- Liao, S. L., Shen, Y. C., & Chu, C. H. (2009). *The Effects Of Sales Promotion Strategy, Product Appeal And Consumer Traits On Reminder Impulse Buying Behaviour*. International Journal of Consumer Studies, 33(3), 274-284.
- Lutfiah, S. Z. (2020). *Persepsi Orang Tua Mengenai Pembelajaran Online Di Rumah Selama Pandemi COVID-19*. Dealektik, 2(2), 69-73.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial*. Rajagrafindo Persada, Depok.
- Melewar, T. C., Foroudi, P., Gupta, S., Kitchen, P. J., & Foroudi, M. M. (2017). *Integrating identity, strategy and communications for trust, loyalty and commitment*. European Journal of Marketing, 51(3), 572-604.
- Miles. M.B, Huberman. A.M, dan Saldana. J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moleong, L (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Nadzira, N., Setiyawan, S., & Wiyarni, W. (2020). *Revealing Online Media Marketing Communication Strategies on Instagram and Whatsapp during COVID 19 Pandemic (Case Study at MSME in Malang, East Java, Indonesia)*. International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM), 5(11), 84-92.
- Nair, R. K., Reddy, L. S., Verma, P., Pandey, R., Yuwono, S., Sin, L. G., ... & Yu, T. P. (2021). *The impact of COVID 19 towards international business strategy: A study of Coca-Cola company*. International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific (IJAFAP), 4(2), 73-92.

- Nayla, Rifka. (2021). *Dari BRI Hingga Gudang Garam, Ini 6 Perusahaan Indonesia Paling Kuat yang Masuk Forbes Global 2021*. *Bisnismuda.id*. <https://bisnismuda.id/read/3326-rifka-nayla/dari-bri-hingga-gudang-garam-ini-6-perusahaan-indonesia-paling-kuat-yang-masuk-forbes-global-2021>
- Nielsen. (2021). *Survey Pangsa Pasar 2021*.
- Nielsen. (2022). *Survey Pangsa Pasar 2022*.
- Nielsen. (2023). *Survey Pangsa Pasar 2023*.
- Novalia, N., Balqis, A., & Ramadhana, A. (2021). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus pada PT. ES Teh Indonesia)*. *Jurnal Akrab Juara*, 6(4), 84-98.
- Novrian, A., & Rizki, M. F. (2021). *Integrated Marketing Communication Kedai Sodare Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness*. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 9(1), 81-91.
- Nugrahani, Rah.U & Purnamasari, Melani.G. (2021). *Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran Grandis Barn Di Tengah Pandemi Covid 19*. *Jurnal*.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destriy, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Universitas Brawijaya Press.
- Putri, F., Widyatmaja, I. G. N., & Rahyuda, I. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Awarness Pengelola Manajemen Vila Di Bali Coconut Living*. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*. Vol. 3, No. 1, April 2019
- Rahma, A. (2018). *Event sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran produk fashion nasional (event tahunan Jakcloth)*. *Nyimak: Journal of Communication*, 1(2), 149-169.
- Ramdani, E. (2020). *Formulasi Strategi Korporasi Dalam Ketidakpastian Masa Depan Pasca Covid 19*. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 4(2), 17-28.
- Ramdani, S., & Putri, B. P. S. (2021). *Implementasi Marketing Communication Mix Pada Alexa Vape Store Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid 19*. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Rangkuti, F., 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Edisi 24. ed. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F., 2017. *SWOT Balanced Scorecard, Cetakan 11*. ed. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ridha, N. (2017). *Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian*. *Hikmah*, 14(1), 62-70.

- Salim, A. D. (2014). *IMC: Promosi, Iklan Dan Sponsor Rokok Strategi Perusahaan Menggiring Remaja Untuk Merokok*. Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 17(1), 58-65
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, J. I., & Susilo, J. (2021). *Strategi Bertahan Cafe Melalui Pendekatan Integrated Marketing Communication di Masa Pandemi Covid 19*. Jurnal Pustaka Komunikasi, 4(1), 117-130.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta.
- Susilowati, I. H. (2023). *Bauran Promosi Sebagai Media Komunikasi Pasca Pandemi Covid 19 pada Syuger Café*. Perspektif: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika, 21(1), 69-78.
- Tan, H., Jain, A., Voznyy, O., Lan, X., De Arquer, FPG, Fan, JZ, ... & Zhao, Y. (2017). *Efisien Dan Stabil Sel Surya Perovskit Planar Yang Diproses Dengan Solusi Melalui Pasivasi Kontak*. Sains, 355(6326), 722-726
- Watono, A. A., & Waton, M. C. (2013). *IMC (Integrated Marketing Communication) that Sells*. Gramedia Pustaka Utama.
- Waworuntu, M. I. G., Mingkid, E., & Himpong, M. D. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Esspecto Coffee Tondano Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Di Masa Pandemi Covid 19*. Acta Diurna Komunikasi, 3(3).
- Wibowo, P. S. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid 19 dan Kenormalan Baru*. Jurnal Komunikasi Profesional, 5(1).
- Yuliati, Y. (2022). *Strategi Marketing Revolution Untuk Meningkatkan Penjualan Pasca Pandemi Covid-19*. Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, 1(3), 223-240.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Prenadamedia Group.

Sumber Data (Resource):

<https://www.gudanggaramtbk.com/suryamadistrindo/>