

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L. (1997). "Dimension of Brand Personality". *Journal of Marketing Research*. vol.34, no. 3. pp. 347-356. "*Dimension of Brand Personality*". *Journal of Marketing Research*. Vol.34, No. 3. Pp. 347-356.
- Analisis Pelaksanaan Promosi - "Analisis Pelaksanaan Promosi pada PT Bank Danamon Tbk Cabang Bagansiapiapi"
- Analisis Pelaksanaan Promosi Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Bagansiapiapi - "Analisis Pelaksanaan Promosi Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Bagansiapiapi"
- Augusty, F. (2006). *Metode penelitian Manajemen; pedoman penelitian untuk skripsi, tesis dan disertasi ilmu Manajemen Makassar: Universitas Diponegoro*.
- Ayu, Ida. dan Wijaya, I, Ketut. *Pengaruh PDRB, Inflasi Dan Dana Pihak Ketiga Terhadap Pertumbuhan Kredit PT. BPD Bali*. Fakultas Ekonomi. Universitas Udayana, Bali.
- Badan Pusat Statistik. *Statistik Indonesia*. Berbagai edisi. Surabaya.
- Dita Liani, (2019). "Analisis TOWS Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV Permadi karya Mandiri Blitar", *Jurnal Penelitian Manajemen terapan (PENATARAN)*, Vol. 4 No. 2, 203.
- Durianto, D. (2001). *STRATEGI MENAKLUKAN PASAR melalui Riset Ekuitas dan Perilaku*.
- Husein Umar.2013. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali
- IKOMIK: *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi - "Strategi dan Taktik Marketing Communication Bank Danamon"*
- Kotler and Keller.2009. *Manajemen pemasaran*. jilid 1 & 2 edisi 12 Jakarta: Erlangga
- Kotler and Keller.2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid kedua, Jakarta Erlangga. *Jurnal EMBA: Jurnal Risekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akutansi*.
- Kountur, Ronny.2008. *Memahami Manajemen Risiko Perusahaan*. Jakarta: penerbit PPM
- Kuncoro, M. (2004). *Otonomi Daerah dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang*

Lamb, Hair, Mc Daniel (2001:146) Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat: Jakarta

LAPORAN KERJA PRAKTEK - "Penerapan Bauran Promosi PT Bank Danamon Pemuda Cabang Makassar"

Lubis.2004. Strategi Promosi dalam persaingan bisnis. Sumatera utara

Manurung, Mandala. dan Pratama, Rahardja. 2004. *Uang, Perbankan, dan Ekonomi Moneter (Kajian Kontekstual Indonesia)*. Lembaga Penerbit FE UI. Jakarta.

Moekijat.2000. Manajemen Pemasaran. Bandung: Mandar Maju

Nandadipa. 2010. *Analisis Pengaruh Car, Npl, Inflasi, Pertumbuhan Dpk, dan Exchange Rate Terhadap Ldr*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro,

Nasdini, Y. (2012). *Digital Marketing Strategies that Millennials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying. Journal of Strategic Marketing. Vol. 19.*

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.*

Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. 46 *Jibeka*, 11(2), 46–53. *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. 46 Jibeka, 11(2), 46–53.*

PT. Bank Danamon, Tbk. 2023. Visi dan Misi.
<https://www.danamon.co.id/id/Tentang-Danamon/Hubungi-Kami>

Ridho, M. R. (2013). *Pengaruh E-Marketing Terhadap Citra Merek Nay@ Dam Pada Pt Kreasi Putra Serayu. CBIS (Computer Based Information System Journal), 1, 1)57–76.*

Sugiyono.2012. Metode penelitian kuantitatif & kualitatif. Alfabeta: Bandung

Swastha dan Irawan.2008. Manajemen Pemasaran modern. Yogyakarta: Liberty