

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R. (2018). Kritik Manfaat Industri Rokok. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 227-246.
- Anggraeni, P. (2020, Februari 12). *Merosot Tajam dan Kalah Bersaing, Industri Rokok di Kota Malang Berguguran*. Diambil kembali dari Malang Times: <https://www.malangtimes.com/baca/48941/20200212/074700/merosot-tajam-dan-kalah-bersaing-industri-rokok-di-kota-malang-berguguran>
- Anggraini, H., Ikasari, N. M., & Sukeksi, A. (2017). Gambaran Viabilitas Spermatozoa pada Perokok Aktif. *Disertasi Doktoral*, 1-42.
- Anjelisa, Mananeke, L., & Rogi, M. (2018, September). Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) terhadap Keputusan Pembelian Produk BP-Smart Protection di AJB Bumiputera 1912 Cabang Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 4073-4082.
- Astuti, A. M., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58-70. doi:10.21831/jim.v17i2.34175
- detikFinance. (2019, April 01). *Kemeperin Catat Industri Tembakau Serap 6 Juta Pekerja*. Diambil kembali dari <https://finance.detik.com/https://finance.detik.com/industri/d-4494313/kemeperin-catat-industri-tembakau-serap-6-juta-pekerja>
- Effendy, S. W. (2021, April). Penentuan Segmentasi, Targeting dan Positioning Berdasarkan Karakteristik Mahasiswa pada Universitas XYZ. *Jurnal Media Ekonomi dan Kewirausahaan (MEKU)*, 1(1), 1-11.
- Fauzia, M. (2020, February 12). *Didorong Kenaikan Tarif, Penerimaan Cukai Rokok Melesat 11 Kali Lipat*. Diambil kembali dari money.kompas: <https://money.kompas.com/read/2020/02/12/183200626/didorong-kenaikan-tarif-penerimaan-cukai-rokok-melesat-11-kali-lipat>
- Hadi, P., & Friyatno, S. (2008). Pernalan Sektor Tembakau Dan Industri Rokok Dalam Perekonomian Indonesia: Analisis Tabel I-O Tahun 2000. *Jurnal Agro Ekonomi*, 90-121.
- Jayani, D. H. (2019, September 16). *Tren Kontribusi Cukai Hasil Tembakau terhadap Penerimaan Negara*. (H. Widowati, Editor) Diambil kembali dari [databoks.katadata: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/16/tren-kontribusi-cukai-hasil-tembakau-terhadap-penerimaan-negara](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/16/tren-kontribusi-cukai-hasil-tembakau-terhadap-penerimaan-negara)

- Khasanah, M. A., Wihara, D. S., & Batu, A. P. (2020). Implementasi Strategi Promosi Penjualan dalam Perspektif Integrated Marketing Communication (IMC) pada Produk Sampoerna di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Sampoerna Retail Community (SRC) Hikmah Mart Rayon Ngancar Kediri). *Cahaya Aktiva (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(2), 183-196. doi:10.47047/ca.v10i2.83
- Krussell, J. G., & Paramita, E. L. (2016). Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Ekuitas Merek Alfamart. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 27-42.
- Kusnandar, V. B. (2019, September 13). *Jumlah Penduduk Indonesia Diproyeksikan Mencapai 270 Juta pada 2020*. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/>:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/13/jumlah-penduduk-indonesia-diproyeksikan-mencapai-270-juta-pada-2020>
- Leki, R., & Nosita, F. (2019). Kinerja Keuangan Perusahaan Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan Metode Economic Value Added (EVA). *Jurnal Bisnis ekonomi*, 26(2), 103-113.
- Lestari, N. T., & Sirine, H. (2019). Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Ekuitas Merek Gojek Cabang Yogyakarta. *Esensi : Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 1-8. doi:<https://doi.org/10.15408/ess.v9i1.5898>
- Michael, B., & Ogwo, E. (2013). Trade Sales Promotion Strategies and Marketing Performance in the Soft Drink Industries in Nigeria. *International Journal of Marketing Studies*, 5(4), 96-109.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mulyadi, S. (2012). Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Rokok yang Berada di Indonesia dan Amerika Berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI) Guidelines.
- Pertiwi, N. A. (2019, Juli). Strategi Pemasaran Hydro Coco dengan Analisis SWOT pada PT. Enseval Putera Megatrading Tbk Cabang Banjarmasin. *JIEB : Jurnal Ilmu Ekonomi Bisnis*, 5(2), 151-163. doi:<https://doi.org/10.35972/jieb.v5i2.267>
- Prakoso, T. (2019, November). Strategi Pemasaran dalam Rangka Peningkatan Penjualan Produk Rokok Lucky Strike Mild PT. Bentoel Investama, Tbk Wilayah Pemasaran Depok. *Jurnal Lentera Akuntansi*, 4(2), 80-97.

- Prasetyo, B. D., Febriani, N., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press.
- Purbasari, I. (2010). Perkembangan Industri Rokok Kretek Kudus (1908-1964). i-172.
- Putra, S., Ranidiah, F., & Yulinda, A. T. (2020, Juli). Pengaruh Point of Purchase (POP) terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian di PT Matahari Department Store Kota Bengkulu. *Journal Ekombis Review*, 8(2), 192-204. doi:<https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2>
- Rafael, E. C. (2019, March 17). *Industri rokok masih bertahan di era industri 4.0*. (W. Rahmawati, Editor) Diambil kembali dari industri.kontan: <https://industri.kontan.co.id/news/industri-rokok-masih-bertahan-di-era-industri-40>
- Safitri, R. (2017, April). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 6(1), 28-43.
- Srisusilawati, P. (2017). Kajian Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Mendorong Keputusan Pembelian Jasa Perbankan. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 1-18. doi: 2540-8402
- Wahid, U., & Rizki, M. F. (2018, Desember). Upaya Komunikasi Pemasaran Terpadu Televisi Lokal Melalui Budaya Lokal. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 160-174. Diambil kembali dari <https://journal.unpad.ac.id/jkk/article/view/15821/9166>
- Widjaya, P. G. (2017). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix pada PT. Murni Jaya. *AGORA*, 5(1), 1-8.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016, September). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(3), 175-190.