



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Clow, K. E., & Baack, D. (2007). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. Edisi 3. England: Pearson.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. Edisi 7. England: Pearson.
- Daft, Richard. L. (2010). *Era Baru Manajemen*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat
- Burrow, J. L., Kleindl, B., & Everard, K. E. (2008). *Business Principles and Management. Edition 12*. United States of America: Thompson Higher Education.
- Fleisher, C.S., & Bensoussan, B. E. (2015). *Business and Competitive Analysis. Edition 2*. United States Of America: Pearson.
- Gamble, Stephen. (2016). *Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*. Canada: Willey.
- Gunelius, Susan. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Harvard Business School. (2008). *Pocket Mentor, Menyelenggarakan Rapat*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Kertajaya H., & Setiawan I. (2017). *Marketing 4.0 Moving From Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Moriarty, Sandra, dkk. (2009). *Adveritising*. Edisi 8. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Pulizzi, Joe (2014). *Epic Content Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex. Media Komputindo.
- Shimp, A.T. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sukandar. (2017). *Panduan Membuat Kontrak Bisnis*. Jakarta: Visimedia.
- Solis, Brian. (2010). *Engage : The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: Wiley

Jurnal

- Hamidin, Dini. (2008). *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi. Model Customer Relationship Management (CRM) di Institusi Pendidikan*. Diakses pada 23 Oktober 2019. <https://journal.uii.ac.id/Snati/article/view/559/483>.

Online

- Ama. (2019). *Definitions of Marketing*. Diakses pada 31 Oktober 2019. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>.
- PubMatic. (2018). *Global Digital Ad Trends*. Diakses pada 11 Oktober 2019. <https://pubmatic.com/wp-content/uploads/2018/12/2019-Global-Digital-Ad-Trends.pdf>.

- Mix. (2018). Tiga Tantangan dalam Merancang Strategi Media Sosial 2018. Diakses pada 12 Oktober 2019. <https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/digital-brand-communication/tiga-tantangan-dalam-merancang-strategi-media-sosial-di-2018/>.
- We Are Social. (2019). *Digital in 2019*. Diakses pada 11 Oktober 2019. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.