



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

- Belch, G. E, & Belch, M. A. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. Singapore: Mc Graw Hill.
- Breakenridge, Deirde K. (2012). *Social Media and Public Relations: Eight New Practices for The PR Professional*. New Jersey: FT Press.
- Clow, K. E, & Baack, D. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications (7th ed.)*. England: Pearson.
- Kelley, L. D, & Jugenheimer, D. W. (2015). *Advertising Account Planning: Planning and Managing an IMC Campaign (3rd ed.)*. New York: Routledge.
- Komariah, A. & Satori, D. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Lane, R., Karen, K., & Tom, T. (2011). *Kleppner's Advertising Procedure*. United States: Pearson.