



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

Ahmed, R. R., Streimikiene, D., Berchtold, G., Vveinhardt, J., Channar, Z. A., & Soomro, R. H. (2019). Sustainability Effectiveness of Online Digital Media Advertising as A Strategic Tool for Building Brand Sustainability : Evidence from FMCGs and Services Sectors of Pakistan. *Sustainability*, 11:3436, 2019.

Alfredo, L. (2019). *Tahukah anda manfaat dari wobblers?*. Retrieved from: <https://medium.com/@louisseo712/tahukah-anda-manfaat-dari-wobblers-643433ed453a> (accessed 27 November 2020).

Anggoro. (2002). *Teori dan profesi kehumasan serta aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Bogerson, J., & Jonathan. (2002). Ethical Issues of Global Marketing Avoiding Bad Faith in Visual Representation. *European Journal of Marketing*, 36 (5/6): 570-594.

Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. & Ferrell, O. (1994), *Marketing: Concepts and Strategies*, 2nd European ed. ed., Houghton Mifflin, Boston, MA and London

Durianto, D., & Liana, C. (2004). Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan menggunakan Consumer Decision Model". *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 11(1): 35-55.

Elliot, R., & Boshoff, C. (2008). The influence of business orientations in small tourism business on the success of integrated marketing *communications*. *Management Dynamics*, 17(4): 32-46.

Harris, T. L. (1993). *The Marketers' Guide to Public Relations*. New York: John Wiley&Sons, Inc.

Jatmiko, RD (2014). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: BPFE.

Julian, M. (2020). *Aktivitas digital meningkat, dinilai efektif mendorong penjualan mobil saat pandemi*. Retrieved from: <https://industri.kontan.co.id/news/aktivitas-digital-meningkat-dinilai-efektif-mendorong-penjualan-mobil-saat-pandemi> (accessed 27 November 2020).

Joseph, K.O. (2009). *Integrated marketing communications and consumers patronage of Nigerian beverage products. Thesis*. Department of Business Studies, College of Business and Social Sciences, Covenant University, Nigeria.

Kotler, P. (2007). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, P. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran (12th ed)*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip - Prinsip Pemasaran (Jilid 2)*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. & Amstrong, G. (2014). *Principles of marketing (15th Ed)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. & Keller. (2006). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Mubarok, I (2018). *Cara memilih platform email blast untuk email marketing*. Retrieved from : <https://www.niagahoster.co.id/blog/email-blast/> (accessed 27 November 2020)

- Moon, J. H., Lee, E., Lee, J. A., Choi, T. R., & Sung, Y. (2016). The role of narcissism in self-promotion on Instagram. *Personality and Individual Differences*, 101: 22–25.
- Nugroho, J & Setiadi. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada
- Rowley, J. (1998). *Promotion and marketing communications in the information marketplace*. *Library Review*, 47(8), 383–387.
- Ruslan, R. (2003). *Manajemen public relations & media komunikasi konsepsi dan aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santi, D. E. (2020). Peran Online Advertising Pada Pemasaran Axis. *Jurnal Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar*, 6(1):2020.
- Sistaningrum, W. (2006). *Manajemen Penjualan Produk (Cetakan kelima)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sutisna. (2004). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosda Karya
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran (Edisi Kedua, Cetakan Keempat)*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Webmaster, K. (2019) *Pengertian dan cara email blast di 2020*. Retrieved from: <https://id.karinov.co.id/2019/05/pengertian-cara-email-blast-2019.html> (accessed 27 November 2020).

Widyatama, R. (2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.