



### **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

- PMI. (2017). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge*. (6th ed.). Project Management Institute.
- Ekrut Media. (2021). *Sales pipeline adalah: Pengertian, 5 tahapan, dan cara membuatnya*. <https://www.ekrut.com/media/sales-pipeline-adalah>
- Kayode, O. (2014). Olujimi Kayode Marketing Communications. In *E-Book* (1st ed.).
- Kelley, Larry D & Jugenheimer, D. W. (2006). Advertising Account Planning: A Practical Guide. In *New York: M.E. Sharpe, Inc.* M.E. Sharpe, Inc. <https://doi.org/10.4324/9781315062754-9>
- Kotler & Keller. (2016). Marketing Management. In *Marketing Management* (15th ed.). pearson.
- Morrison, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pusparisa, Y. (2021, June 28). *Masyarakat Indonesia Paling Banyak Akses Berita dari Media Daring*. Retrived from *Databoks*: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/28/masyarakat-indonesia-paling-banyak-akses-berita-dari-media-daring>
- Susanto, E. H. (2014). Dinamika Pesan Iklan . *Jurnal Komunikasi Univesitas Tarumanagara*, 6(No. 2), 1–9. Retrived from: <http://repository.untar.ac.id/1737/17/B17>  
JURNAL.FIKOM.UNTAR.DINAMIKAIKLAN.pdf