

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., & Widodo, A. (2022). DETERMINASI KOMUNIKASI PEMASARAN ANALISIS IKLAN,. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 796–804.
- Amina Fitri Siregar, & Rahmi Syahriza. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Asuransi Syariah pada Asuransi Jiwa Bumiputera. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI*, 2(2), 264–270.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik* (Ed. Rev. V). Rineka Cipta.
- Ayuni, P., & Yusrizal. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Agen PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai*. 4(1), 119.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986a). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. In *Management Science* (Vol. 32, Issue 5, pp. 554–571). <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554>
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986b). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. In *Management Science* (Vol. 32, Issue 5, pp. 554–571). <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554>
- Dhavidis I. Manampiring, Desie M.D. Warouw, & Meity D. Himpong. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PERSONAL SELLING AGEN ASURANSI DALAM MENJUAL PRODUK PT SINARMAS MSIG LIFE di KANTOR CABANG MANADO. *Acta Diurna Komunikasi*, 4.
- Djalil, M. (2020). *Tantangan dan Peluang Agen Asuransi Saat Covid-19 dan Era Normal Baru*. <https://mediaasuransinews.co.id/editors-note/tantangan-dan-peluang-agen-asuransi-saat-covid-19-dan-era-normal-baru/>
- Dr. Mamduh M. Hanafi, MBA. (2014). *Risiko, Proses Manajemen Risiko, dan Enterprise Risk Management*. 1–40.
- Fandy Tjiptono., Chandra, G., & Adriana, D. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- Fauziyah, A. N., Dewi, A. M., Rizki, M., Mubarrok, M., Rahman, N. A., Rimosan, R., & Putra, K. (2021). DAMPAK PANDEMI TERHADAP KOMUNIKASI PEMASARAN PENJUAL ONLINE SHOP DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *GANDIWA: Jurnal Komunikasi*, 01(02), 41–48.
- Fitri, T. (2021). Implementasi Personal Selling sebagai kontributor peningkatan kualitas Komunikasi Pemasaran Pada Era Copid 19. *Jurnal Ekonomedia : E-ISSN*, 10(02). www.stiepasim.ac.id

- Guba, E. G. (1988). Criteria for assessing naturalistic inquiries. In *Education Communication and Technology* (Vol. 29, Issue 2).
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran* (A. Maulana, Ed.). Erlangga.
- Homepage. (2020a). <https://visioncorporation.co.id/>
- Homepage. (2020b). <https://visioncorporation.co.id/>
- Interbrand. (n.d.). *Best Global Brand*. Interbrand.Com. Retrieved November 28, 2021, from <https://interbrand.com/best-global-brands/?filter-brand-sector=financial-services>
- Jason Antaufhan, V., Yogatama, A., Goenawan Prodi Ilmu Komunikasi, F., & Kristen Petra Surabaya, U. (2022). *JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA Strategi Komunikasi Persuasif Agen Asuransi Rising Star Warriors Agency Prudential Indonesia dalam Menarik Calon Nasabah pada Masa Pandemi*.
- John E. Kennedy, R. D. S. (2006). *Marketing Communication : Taktik & Strategi*. Bhuana Ilmu Populer.
- Librianty, A. (2021, August 5). Penetrasi Asuransi di Indonesia Masih Rendah, Apa Masalahnya? *Liputan 6*.
- Mohammad Ikhsan Asmas. (2022). *ANALISIS PEMANFAATAN FACEBOOK*.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nadya Rahayu, M., Fitriana Poerana, A., Fardiah Oktariani Lubis, dan, Singaperbangsa Karawang, U., & Barat, J. (2020). PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM MENJAGA HUBUNGAN BAIK PT. PUPUK KUJANG DENGAN STAKEHOLDERS. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 186–201.
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Novianti Setyadi, A., & Kurnia Syah, D. (2022). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Medium Literasi Publik (Studi Naratif Pada Konten Publikasi Kesejarahan Arsip Nasional Republik Indonesia) The Role Of Instagram Social Media As A Public Literacy Medium (A Narrative Study On The Historical Publication Content Of The National Archives Of The Republic Of Indonesia). *E-Proceeding of Management*, 9(3), 1684–1693.
- Penelitian, L., Penerbitan, D., Penelitian, H., Hamdhany, D., & Chatra, E. (2021). ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH HUMAS KOTA SOLOK DALAM MEWUJUDKAN “KOTA BERAS SERAMBI MADINAH” MENGGUNAKAN MEDIA RICHNESS THEORY. *Ensiklopedia of Journal*, 3(5), 178–187. <http://jurnal.ensiklopediaku.org>

- Philip Kotler. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Prentice Hall.
- Philip Kotler, G. A. (2014). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. K. (2012a). *Marketing Management*. Pearson.
- Philip Kotler, K. L. K. (2012b). *Marketing Management*. Pearson.
- Prisma Ardianto. (2021). *Industri Asuransi Makin Dipercaya Masyarakat*. Investor.Id. <https://investor.id/finance/264342/industri-asuransi-makin-dipercaya-masyarakat>
- Prodjodikoro, W. (1991). *Hukum Asuransi di Indonesia* (Cetakan.10). Intermedia.
- Putra, R. S., & Irwansyah. (2020). *MEDIA KOMUNIKASI DIGITAL, EFEKTIF NAMUN TIDAK EFISIEN, STUDI MEDIA RICHNESS THEORY DALAM PEMBELAJARAN JARAK JAUH BERBASIS TEKNOLOGI DI MASA PANDEMI* (Vol. 1, Issue 2). file:///D:/Users/Andre/Downloads/1760-4342-1-PB.pdf
- Putri, F. A., & Samatan, N. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN THE GOODS DEPT UNTUK MENARIK PEMBELI MILLENNIAL (Studi Pada The Goods Dept Pondok Indah Mall). *JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH*, 4, 1–6.
- Putri, Y., & Rosanah. (2022). Strategi Komunikasi PT Jasmine Indah Servistama Dalam Membangun Jumlah Nasabah Korporasi Produk Asuransi Surety Bond. *Jurnal Ilmu Siber*, 1.
- Rahardjo, S., & Gudnanto. (2013). Pemahaman Individu Teknik Nontes. In 2013. Kencana.
- Risma Hani, Y., & Maria Herawati, D. (2022). Implementation of Media Richness Theory in the Use of Microsoft Teams Applications. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 17653–17665. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5727>
- Salsabilah, N., & Aslami, N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Unit Link PT Asuransi Jiwa Manulife untuk Menarik Minat Calon Nasabah. *Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*. <https://doi.org/10.17467/mk.v21i1.880>
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). *Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi Digital Marketing Communication as a technology challenge* (Vol. 1). www.amazara.co.id,
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Graha Ilmu.

- Sudarmanto, E., Ningsih, S., Moridu, I., Irwansyah, R., Hasbi, I., Pattiapon, M. L., Sakinah, G., Bairizki, A., Labetubun, M. A. H., Lewaherilla, N., Fitriana, Arfah, Putra, S., Hasibuan, M. A., & Nurhayati, E. (2021). Manajemen Risiko. In *Penerbit Widina*.
- Suherman, Q., & Winduwati, S. (2021). *Analisis Komunikasi Persuasif Tenaga Pemasar Asuransi untuk Promosi Produk (Studi Kasus Asuransi Inspiring Agency)* (Vol. 5, Issue 1).
- Surjo Koentjoro, M. (2020). TEORI KEKAYAAN MEDIA DAN TEORI KOMUNIKASI DUA TAHAP PADA AKUN RESMI INSTAGRAM PERUSAHAAN PROPERTI Analisa konten akun resmi instagram BSD City. *Prosiding SNADES*, 23–29.
- Susanto, R. D. (2020). Proses Personal Selling dalam Pemasaran KPR BCA. *Jurnal Lugas*, 86(2), 86–95. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Susilowati, Widaningsih, T., & Subandoro, T. (2021). Strategi Customer Relations Dan Kekayaan Media PT Mandiri Cipta Sejahtera Dalam Kondisi Pandemi COVID-19. *Journal Komunikasi*, 12(2). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Sutisna. (2002a). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Sutisna. (2002b). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Vita Sukmarini, A., Yusuf AR, M., & Kadir, D. (2022). Pemanfaatan Kekayaan Media dalam Kepemimpinan Efektif dengan Sistem Komunikasi Multi-Channel di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 183–196. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.557>
- Whisnu Bagus Prasetyo. (2021). *Meski Pandemi, Industri Penjualan Langsung Global Tumbuh Jadi US\$ 179 M*. Beritasatu.Com. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/818217/meski-pandemi-industri-penjualan-langsung-global-tumbuh-jadi-us-179-m>
- Wijayani, Q. N. (2022). Komunikasi Aplikasi Model Komunikasi Berlo dalam Komunikasi Pemasaran PT. Lion Wings Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 101–120. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i1.17080>
- Yunita, H., WS, J. A., & Sugandi. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GREATSTORE DALAM MENGGUNAKAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE Abstrak Hasmarani Yunita, Strategi Komunikasi Pemasaran Greatstore Dalam Menggunakan

Instagram Sebagai Media Promosi Online di bawah bimbingan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 8, 190–204.

Zein Mi'raj, M., & Kurnia Sya, D. (2021). ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM @Kerisdigdayatelkom SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI TELKOM REGIONAL IV ANALYSIS OF UTILIZATION OF INSTAGRAM @Kerisdigdayatelkom AS TELKOM REGIONAL IV INFORMATION AND COMMUNICATION MEDIA. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 7473–7487.

