

DAFTAR PUSTAKA

- Akbari, M. L. (2024). Perancangan komunikasi visual sebagai media reminder untuk meningkatkan aktivasi fitur Kuota Bersama pada XL Satu [PDF]. *Jurnal Citrakara*, 6(2), 250–263.
- Andretti, F., & Arifin, S. (2016). Penerapan Integrated Marketing Communication pada PT DBL Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 5(2), 123–134. <https://media.neliti.com/media/publications/498955-integrated-marketing-communication-pada-b5033351.pdf>
- APJII. (2024). Persaingan bisnis internet rumah kian ketat. Alinea. <https://www.alinea.id/bisnis/persaingan-bisnis-internet-rumah-kian-ketat-b2k1Y9PDk>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Danurdara, A. B., Koesworodjati, Y., Rohmah, D. N., Rotua, E., & Ardiyanti, H. (2024). Konsep komunikasi pemasaran (I. Asari & T. A. Marlin, Eds.; Tim Mafy, Des.). PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Emarsys. (2025). *Understanding customer churn in internet service providers*. Emarsys Marketing Insights Report.
- Ginting, R. (2015). Strategi Integrated Marketing Communication dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 45–56. <https://media.neliti.com/media/publications/498955-integrated-marketing-communication-pada-b5033351.pdf>
- Hafiz, M. P. (2024). Rangkaian strategi IndiHome bangun kepuasan pelanggan. *Marketeers*. <https://www.marketeers.com/rangkaian-strategi-indihome-bangun-kepuasan-pelanggan/>

- Hanif, R. (2022). *Cara membuat editorial plan lengkap, dengan step by step*. Creative Talk. https://dipstrategy.co.id/blog/cara-membuat-editorial-plan-lengkap-dengan-step-by-step/#Apa_yang_Dimaksud_dengan_Editorial_Plan
- Hidayat, H. (2023). Cara membuat content brief social media marketing yang efektif. Myrobin.id. <https://myrobin.id/cara-membuat-content-brief-social-media-marketing-yang-efektif>
- Innet.id. (2025). 7 keuntungan pasang Wi-Fi di rumah yang perlu kamu ketahui. <https://innet.id/blog/7-keuntungan-pasang-wifi-di-rumah-yang-perlu-kamu-ketahui>
- Ismail, I., & Aji, B. (2025). Mengenal 5 fungsi script writing dan cara membuatnya. Bliss.
- KabarBursa. (2024). WIFI gencar bikin gebrakan: Bisa saingi ISAT dan TLKM? KabarBursa.com. <https://kabarbursa.com/market-hari-ini/124918/wifi-gencar-bikin-gebrakan-bisa-saingi-isat-dan-tlkm>
- Kompasiana. (2021). Peran copywriting dalam komunikasi pemasaran. <https://www.kompasiana.com/fhitrinisukmawati7137/5ff1aab0d541df45d27e5a82/peran-copywritting-dalam-komunikasi-pemasaran>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited. https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/S3D7W4_Marketing_Management.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kusniadji, D. (2017). Implementasi IMC dengan penambahan publisitas dan event pada PT Expand Berlian Mulia. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 8(1), 67–78. <https://media.neliti.com/media/publications/498955-integrated-marketing-communication-pada-b5033351.pdf>

- O’Keefe, D. J. (2016). *Persuasion: Theory and research* (3rd ed.). Sage Publications.
- Planable.io. (2025). Social media campaign: A full guide with templates & examples. <https://planable.io/blog/social-media-campaign/>
- Pranajaya, & Rachman. (2020). Strategi komunikasi copywriter dalam pemasaran konten. *Buana Komunikasi*, 4(1), 1–15. <https://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/buanakomunikasi/article/view/1685/1021>
- Pranogyo, A. B., & Hendro, J. (2024). *Komunikasi pemasaran terpadu: Teori dan praktik efektif. Panduan komprehensif untuk menguasai IMC, perilaku konsumen, dan strategi pemasaran modern*. CV. Eureka Media Aksara.
- Prasetyo, H., & Wulandari, S. (2023). Social media marketing and brand loyalty: The mediating role of brand trust. *Semarang Journal of Innovation*, 10(1), 45–58.
- Priansa, S. (2020). Penerapan Integrated Marketing Communication PT. Telkom Indonesia Regional III. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi, AREAI*. <https://ejournal.areai.or.id/index.php/JBEP/article/download/750/1092/4036>
- Priansa, S. (2025). Penerapan Integrated Marketing Communication PT. Telkom Indonesia Regional III dalam meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi AREAI*, 2(1), 40–47. <https://ejournal.areai.or.id/index.php/JBEP/article/download/750/1092/4036>
- Pratama, A. Y., & Riofita, H. (2025). Pentingnya storytelling dalam strategi content marketing. *Student Scientific Creativity Journal*, 3(1), 189–197. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v3i1.4980>
- Sari, R. P. (2024). Survei penetrasi internet Indonesia 2024. Indonesia Computer Security Incident Response Team. <https://csirt.or.id/berita/apjii-survei-penetrasi-internet>

- Sudaryanto, M., & Sari, M. D. (2023). Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian generasi Z. *Jurnal Komunikasi Pemasaran Digital*, 5(2), 101–110. <https://doi.org/10.21009/jkpd.052.03>
- Souvia, A. (2023). Apa itu merchandise? Cek definisi, fungsi, dan contohnya. Souvia. https://www.souvia.co.id/blog/apa-itu-merchandise/#1_Merchandise_sebagai_media_branding_dan_promosi
- Suhartanto, C. (2024). Tren konsumsi internet rumah tangga beralih ke paket lebih murah. <https://teknologi.bisnis.com/read/20240131/84/1737234/tren-konsumsi-internet-rumah-tangga-beralih-ke-paket-lebih-murah>
- Tempo.co. (2020). Survei APJII: Hanya 7 persen pengguna internet punya Wi-Fi di rumah. <https://www.tempo.co/ekonomi/survei-apjii-hanya-7-persen-pengguna-internet-punya-wifi-di-rumah-566166>
- Tetteh, V. A. (2021). Future of Integrated Marketing Communications. *EBSCO Research Starters*. Retrieved from <https://www.ebsco.com/research-starters/marketing/future-integrated-marketing-communications>
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing: Introduction to the special issue on multi-channel retailing. *Journal of Retailing*, 91(2), 174–181. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.005>
- Yusuf, F. (2016). Optimalisasi program branding dan aktivasi merek di era digital. *Jurnal Komunikasi*, 7(1), 1-10.