

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif : Yogyakarta*.
- Alexandra, D. (2012). *Meraup Rupiah Dari Bisnis Jasa Konsultan*. Kompas Gramedia : Jakarta.
- Amanda, K. (2020). Peran Account Executive Dalam Pitching Untuk Video Iklan Portable Kitchen & Bar :*Universitas Multimedia Nusantara*.
- Artanto, H., & Nurdiansyah, F. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 2(1).
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95.
- Broom, G. M. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations* (11 ed.). Pearson Education : USA.
- Budiawan, W. (2017). *Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang)*. 8.
- Budio, S. (2019). *Strategi Manajemen Sekolah*. 2(2), 17.
- Butterick, K. (2012). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Rajawali Press : Jakarta.
- Creswell, J. (2017). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (3 ed.). Pustaka Pelajar : Yogyakarta.
- Dewa, C. B. (2016). *Pengaruh E-Integrated Marketing Communication Terhadap Sikap Konsumen Hotel Grha Somaya Yogyakarta*. 7.
- Dorong APPRI Kembangkan Komunikasi Berbasis TI*. (2021, Januari 29). diakses pada 2 oktober 2021 dalam <https://portal.kominfo.go.id/berita/kini/5161>
- Erlita, N. (t.t.). *Peran Dan Strategi Konsultan Pr Dalam Kampanye Politik Indonesia (Studi Kasus Di Tangerang Selatan)*. 14(02), 16.
- Esti, L. (2012). Strategi Integrated Marketing Communication (Imc) Telkom Flexi Dalam Membangun Brand Identity Sebagai Internet Broadband. *Commonline Departemen Komunikasi*.

- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media : Jawa Timur
- Hanafi, A. I. (2019). *Strategi Marketing Communications Dalam Meningkatkan Citra Positif Pt. Infiniqa Media Data*. 20.
- Herman, A. (2020). Corporate Social Responsibility Sebagai Tanggungjawab Konstitusional Perusahaan. *Universitas UPN Veteran Yogyakarta*, 110.
- Karaxha, MSc. H., Tolaj, MSc. S., & Abazi, Dr. Sc. A. (2016). The Role of Direct Marketing in Relation with the Consumers in Kosovo. *ILIRIA International Review*, 6(1), 49.
- Kartikawati, D., & Fadillah, S. S. A. (2020). Konsultan Public Relations Di Era Digitalisasi (Studi Pada Konsultan Pr Media Buffet). *Syntax Literate*, 5.
- Komalasari, R. (2020). Manfaat Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Masa Pandemi Covid 19. *Tematik*, 7(1), 38–50.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th [ed.]). Prentice Hall. : Upper Saddle River, N.J
- Kurniawati, T. (2009). *Analisis dan Pilihan Strategi: Membangun Eksistensi Perusahaan di Masa Krisis*. 12.
- Kusniadji, S. (2018). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3 ed.). SAGE Publications : USA.
- Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Morissan. (2012). *Manajemen public relations: Strategi menjadi humas profesional*. Kencana : Jakarta.
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Pertama). Kencana : Jakarta.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (Csr) Di Indonesia. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61.

- Ningsih, A. J. (2018). Analisis Keputusan Pembelian Studi Pada Pt. Apl Di Pamekasan Dan Sumenep. *Journal of Economics Development Issues*, 1(1), 27–33.
- Nugroho, W. A., Sisbintari, I., & Kalimantan, J. (2013). *Hubungan Antara Komunikasi Pemasaran Terpadu Dengan Asosiasi Merek Pada Konsumen Minuman Isotonik Pocari Sweat (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember)*. 7.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran* (1 ed.). Prenadamedia Group : Jakarta.
- Prasetyo, A. A., & Herawati, F. A. (2014). *Strategi Promosi Biro Iklan Lokal Pt. Srengenge Cipta Imagi Dalam Mencari Klien Nasional*. 14.
- Prasetyo, B., Febriana, N., Asmara, W., Tamitiadini, D., Destrity, N., Avinah, D., & Illahi, A. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. UB Press : Malang.
- Priandono, T. E. (2014). *Kepercayaan Klien Terhadap Konsultan Hubungan Masyarakat*. 14.
- Putra, I. G. N. (2008). Konteks Historis Praktek Humas Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6, 13.
- Saputri, A. A. (2018). *Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Event Organizer PT. Inti Global 99 Malang*.
- Sinuraya, C. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional Di Kota Medan*.
- Sitepu, E. (2011). *Professional Public Relations*. USU Press : Medan.
- Sjafirah, N. A., & Prasanti, D. (2016). *Penggunaan Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara*. 2, 12.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta : Bandung.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W., Santoso, W. D., Yulianti, M., Herikurniawan, H., Sinto, R., Singh, G., Nainggolan, L., Nelwan, E. J.,

- Chen, L. K., Widhani, A., Wijaya, E., Wicaksana, B., Maksun, M., Annisa, F., Jasirwan, C. O. M., & Yuniastuti, E. (2020). Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, 7(1), 45.
- Vusparatih, D. S. (2013). Biro Konsultan PR dan Kompetensi Praktisi PR di Era Industrialisasi Komunikasi dan Pencitraan. *Humaniora*, 4(1), 287.
- Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall).3(1), 15.
- Yin, R. K. (2019). *Studi Kasus Desain & Metode*. RajaGrafindo Persada : Depok.