

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriaris, S., & Windartini, S. (2020). Model Pengembangan Strategi Komunikasi Bisnis untuk Mencapai Tujuan Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Konsep Usaha Rumah Tangga Kerak Nasi). *Jurnal Ekobistek, Vol.9 No. 1*, 12-20.  
<https://www.mendeley.com/catalogue/52d43c80-4c2c-3a4d-ba4c-d8e1c3e99d76/>
- Alase. (2017). The Interpretative Phenomenological Analysis (IPA): A Guide to a Good Qualitative Research Approach. *International Journal of Education and Literacy Studies, Vol 5 No. 2*.  
<https://www.mendeley.com/catalogue/a17169c8-5c55-3566-aa7f-594023bbfa78/>
- Arifin, A. (1982). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico.
- Berger, P. L., & Luckman, T. (1990). *Tafsir Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES.
- Bogdan, & Biklen. (1982). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*. Boston: Allyn and Bacon.
- Bruzina, R. (2004). *Beginnings and Ends In Phenomenology*. New Heaven: Yale University.
- Curtis, E. (1988). *Microeconomics*. New York: W. H. Freeman.
- Gerson, R. F. (2001). *Mengukur Kepuasan Pelanggan Panduan Menciptakan Pelayanan Murni*. Jakarta: Lembaga Manajemen PPM.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Yogyakarta CAPS.

- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Himstreet, W. C., & Baty, W. M. (1984). *Himstreet and Baty Business Communications*. New York: Kent Publishing Company.
- Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The Social Psychology of Organizations 2 ed.* New York: John Willy.
- Kienan, B. (2001). *Small Business Solutions E-Commerce*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing 15th Edition, Pearson Education Limited*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, J. (2011). *Manajemen Pemasaran Internasional: Sebuah Pendekatan Strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mowen, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, D. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Novita, D. (2020). Evaluasi Komunikasi Publik Komisi Pemilihan Umum Melalui Media Sosial Pada Pemilu Serentak 2019. *Sawala Vol.8 No. 2*, 159-176. <https://www.mendeley.com/catalogue/b69302a0-ecde-32da-93be-18bb88e4e45f/>
- Pulakiang, A. R., Wiranatha, M. N., & Batmetan, J. R. (2019). Analisis Of E-Commerce Service Quality Using Twitter API (Case Study: Tokopedia, Lazada dan Bukalapak). *Indonesia Journal On Information System Vol.4 No. 1*, 25-31.

- Purwanto, D. (2003). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Rambat, L. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Reichheld, F. F. (1996). *The Loyalty Effect*. Boston: The Free Press.
- Ross, R. S. (1980). *Speech Communication: Fundamentals and Practice ed.* New Jersey: Prentice-hall.
- Rustandi, R. S. (2009). Pengaruh Komunikasi Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Asia Jaya Motor Cianjur. *Journal of Economics, Management, Business And Accounting*.
- Sadono, S. (2004). *Pengantar Bisnis, ed.1*. Jakarta: Kencana.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior*. New Delhi: Prentice-Hall Private Limited.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Schnaars, S. P. (1991). *Marketing Strategy: A Customer Driven Approach*. New York: The Free Press.
- Setianti, Y., Komariah, K., Novianti, E., Ruchiat, A., & Komala, L. (2017). Evaluasi Komunikasi Dalam Kegiatan Kehumasan Pada Mata Kuliah Audit Humas. *Konferensi Nasional Komunikasi Vol.1 No. 1*, 386-392. <https://www.mendeley.com/catalogue/c3d728be-cc6e-3f5a-88f7-541d06a7f4ff>
- Shon, & Kelleher, B. (2017). Hearing The Voices of Students and Teachers: A Phenomenological Approach to Educational Research. *Qualitative Research in Education*, Vol. 6 No. 2. <https://www.mendeley.com/catalogue/bcfa80ee-2aaa-3d55-b4bf-c1a84661c907/>
- Silvianto, H. (2015). Evaluasi Komunikasi Publik Kementrian ESDM Tahun 2015. *Global Komunika Vol.5 No. 2*, 59-69.

- Soekidjo, N. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2009). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tamaroba, F. H. (2021). Pengaruh Online Shop di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Mutiara 1 Jakarta. *Public Relation dan Media Komunikasi Vol.7 No. 1*, 137-156.  
<https://www.mendeley.com/catalogue/42d6239c-9296-3669-9aa1-817d58052660/>
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Vidiyanto. (2018). Evaluasi Komunikasi Data SP2TP Antara Puskesmas dan Dinas Kesehatan di Kabupaten Tolitoli Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Kesehatan Tadulako Vol.4 No. 1*, 1-56.  
<https://www.mendeley.com/catalogue/dcff7d0b-5e3e-3c77-bbee-c2d47b7b46b8/>
- Wati, N. (2014). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Marketing Online Terhadap Keputusan Pembelian Serta Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Penelitian Terhadap Produk Pakaian Anak Pada Zahra Baby Shop). *Journal of Economics, Management, Business And Accounting*.  
<https://www.mendeley.com/catalogue/72eddc94-e45d-378c-af70-c1251652fb3f/>
- Wilkie, W. L. (1994). *Consumer Behavior*. New York: John Wiley & Sons.
- Yuksel, Pelin, & Yildirim, S. (2015). Theoretical Frameworks, Methods, and Procedures for Conducting Phenomenological Studies in Educational Settings. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, Vol. 6 No. 1.  
<https://www.mendeley.com/catalogue/22a28974-dc6d-3b32-a3c4-230545fb5f04/>
- Zairina, D. (2015). Eksistensi Diri Penggemar Online Shop Melalui Aplikasi Instagram Dikalangan Mahasiswa (Studi Deskriptif Tentang Eksistensi

Diri Penggemar Online Shop Melalui Aplikasi Instagram Dikalangan Mahasiswa UNIKOM Bandung). *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*.

#### INTERNET:

[https://bintangpagi.com/creative-](https://bintangpagi.com/creative-content/#:~:text=Creative%20content%20atau%20kontent%20kreatif,era%20digital%20seperti%20saat%20ini)

[content/#:~:text=Creative%20content%20atau%20kontent%20kreatif,era%20digital%20seperti%20saat%20ini](https://bintangpagi.com/creative-content/#:~:text=Creative%20content%20atau%20kontent%20kreatif,era%20digital%20seperti%20saat%20ini) (Diakses pada 10 Juni 2022, 21.25)

<https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/chief-commercial-officer>

(Diakses pada 10 Juni 2022, 21.35)

[https://www.jabarjawara.id/lowongan/detil/pelangi-raja-group-section-head-](https://www.jabarjawara.id/lowongan/detil/pelangi-raja-group-section-head-finance-accounting)

[finance-accounting](https://www.jabarjawara.id/lowongan/detil/pelangi-raja-group-section-head-finance-accounting) (Diakses pada 10 Juni 2022, 21.55)

<https://resources.workable.com/commercial-director-job-description> (Diakses pada

10 Juni 2022, 22.05)

<https://thehub.io/jobs/5fd55ef37ed45b7955af9666> (Diakses pada 10 Juni 2022,

22.21)

<https://www.techopedia.com/definition/23410/e-distribution> (Diakses pada 10 Juni

2022, 22.30)

<https://glints.com/id/lowongan/karier-account-executive/#.YsVXa3ZBzIU>

(Diakses pada 10 Juni 2022, 22.40)

<https://glints.com/id/lowongan/karier-account-manager-adalah/#.YsVXlnZBzIU>

(Diakses pada 10 Juni 2022, 22.55)

<https://www.dreambox.id/blog/digital-marketing/pengertian-online-marketing-yang-harus-anda-ketahui/> (Diakses pada 29 Juli 2022, 12:54)

<https://www.glico.com/id/> (Diakses pada 30 Juli 2022, 13.21)

<https://www.glico.com/global/100th/principles/> (Diakses pada 30 Juli 2022, 17.42)