

DAFTAR PUSTAKA

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). Periklanan dan Promosi: Perspektif Komunikasi Pemasaran Terpadu (edisi ke-11). New York: McGraw-Hill Education.

Firmansyah, H. (2020). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Hidayat, T. (2020). Strategi Public Relations dalam Pemasaran Digital. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Hermawan, A. (2019). Komunikasi Pemasaran dan Branding. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran (edisi ke-17). London: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Prinsip-Prinsip Pemasaran Global. Jakarta: Prenada Media Group.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran (edisi ke-15). London: Pearson Education Limited.

Lee Lefever. (2013). Seni Menjelaskan: Cara Sederhana Menyampaikan Ide, Produk, dan Layanan Anda agar Lebih Mudah Dipahami. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Pulizzi, J. (2014). Pemasaran Konten Epik: Cara Menceritakan Kisah Berbeda, Menembus Kepadatan Informasi, dan Mendapatkan Lebih Banyak Pelanggan dengan Lebih Sedikit Pemasaran. New York: McGraw-Hill Education.

Rangkuti, F. (2017). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

*Riyadi, E. (2022). Strategi Perancangan *Company profile* dalam Membangun Citra Perusahaan. Yogyakarta: Deepublish.*

Stelzner, M. A. (2020). Laporan Industri Pemasaran Media Sosial. Social Media Examiner. Diakses dari <https://www.socialmediaexaminer.com/social-media-marketing-industry-report-2020/>

Sutanto, A. (2021). Storytelling dalam Komunikasi Pemasaran Visual. Bandung: Alfabeta.

*Wibowo, H. (2018). Strategi Penyusunan *Company profile* untuk Branding Perusahaan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.*

LeFever, L. (2013). Seni Menjelaskan: Cara Sederhana Menyampaikan Ide, Produk, dan Layanan Anda agar Lebih Mudah Dipahami. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

