

DAFTAR PUSTAKA

:

Skripsi:

Hamzah, Dzilqarnain (2015) .“Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Muhammadiyah Magelang”, Universitas Negeri Yogyakarta.

Sitta Nurdiany. 2015. “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Murid Kursus Bahasa Inggris IALF Surabaya (Kasus pada IALF Surabaya), Universitas Airlangga Surabaya.

Vitasari Cholofah Destiany. 2011. “Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan Arimbi Di Yogyakarta. UPN “Veteran” Yogyakarta.

Jurnal:

Aaker, D and Keller., 2000. Brand Utility, Telaah Manajemen, Vol 1, Edisi 2, 2004, Semarang.

Prof. Dr. Unti Ludigdo, Ak “ Asumsi Dasar Paradigma Interpretif” Disampaikan pada Accounting Research Training Series ke-4 tanggal 26-27 Juni 2013 di Pascasarjana Akuntansi FEB Universitas Brawijaya.

Buku:

A. Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.

Agung, Silih Wesase. (2013). Strategi Public Relation. Jakarta: Gramedia.

Agus Herwandi, Komunikasi Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2013). 33.

- Creswell, J. W. (2013). Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Scott M. et. al. (2017). Effective Public Realtions, Edisi IX, cetakan ke-2. Jakarta : Kencana.
- David, Fred R. 2013. Manajemen Strategis: *Konsep, Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Denzin, Norman K., Yvonna S.L. 2014. Handbook of Qualitatif Research. California: SAGE Publications, Inc.
- Dwiastuty, R, Shinta, A. and Iskandar, R, (2012), Ilmu perilaku konsumen, Malang:Univ Brawijaya
- Donni Juni Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era MediaSosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Hairunnisa. 2015. Public Relations. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank. (2013). Public Relations Edisi kelima, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Mackenzie, N. & Knipe, S. 2013. "Research dilemmas: Paradigms, Methods and Methodology." Issues In Educational Research, 16(2), 193-205. [Http://www. iier.org.au/iier16/mackenzie.html](http://www.iier.org.au/iier16/mackenzie.html) Diunduh pada 16 September 2022

Moleong, Lexy J. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2016. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Ruslan, Rusady. (2013). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Pratama, I W.A (2022). Digital Marketing. Padang: Global Eksekutif Teknologi.

Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, Dasar-Dasar Public Relations, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018.

Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.

Sutojo, Siswanto. (2016). Membangun Citra Perusahaan: Building The Corporate Image. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.

Internet:

Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2022. Strategi.

<https://kbbi.web.id/strategi> Diakses pada tanggal 15 juli 2022, Pukul 08.27 WIB.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2022. Kamus Besar Bahasa Indonesia.

<http://kbbi.web.id>. Diakses tanggal 16 juli 2022 Pukul 14.30 WIB.

<https://www.podmedia.tv/2010/>(diakses 28 juni 2022 jam 20.21 WIB)

www.grahanurdian.com(diakses 28 juni 2022 jam 21.20 WIB)

<https://www.kompasiana.com/>(diakses 28 juni 2022 jam 22.20 WIB)

Agusta, I. 2013. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif.

Diperoleh dari [http:// www. eprints.uny.ac.id/pdf](http://www.eprints.uny.ac.id/pdf), p.10

Pengertian Perusahaan menurut para ahli, diakses pada tanggal 10 Agustus 2015
dari:<https://www.google.co.id/search?q=pengertian+perusahaan+menurut+para+ahli&ie=utf>

