

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I. (2021, November 27). *Sejarah Pengelolaan Domain Internet di Indonesia* . <https://tirto.id/sejarah-pengelolaan-domain-internet-di-indonesia-glKM>
- Ardianto, J. (2015). *177 Problem Solving Of Dirct Marketing* (Cetakan Pertama). Flashbook.
- Bagus, A. A. G. (2023). COMMUNICATION STRATEGY THROUGH THE PROMOTION MIX IN PRODUCT MARKETING. *Journal and Journal Of Content and Engagement*.
- Busro, M. (2018). *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Prenadameidia Group.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. PT RajaGrafindo .
- Creswell. (2014). *Desain Penelitian: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran (edisi ke-4)*.
- Creswell. (2015). *Penelitian Kualitatif Desain Riset* (Sauifuddin Zuhri Qudsy, Ed.; 3rd ed.). PUSTAKA BELAJAR.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches, 2nd ed.* Sage Publications.
- Curatman, A. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. CV Budi Utama.
- Cutlip, S. M., Wibowo, T., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective public relations* (Edisi 9). Kencana.
- d'Astous, A., & Bitz, P. (1995). Consumer evaluations of sponsorship programmes. *European Journal of Marketing*.
- Dominick, J. R. (2000). *Dynamics of Mass Communication : Media in the Digital Age*. Random House .
- Fang, Y., Sun, L., & Gao, Y. (2017). Bundle-Pricing Decision Model for Multiple Products. *Procedia Computer Science*.
- Firmansyah, D., Widyaningrum, A. G., & Rahma, R. J. (2023). CROSS PROMOTION PROGRAM BERITA DALAM KONVERGENSI TELEVISI DAN MEDIA SOSIAL. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis, Vol 7 No 1*, 115–130.
- Firmansyah, M. A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UM Surabaya Publishing .

- Hadi, S. (2011). STRATEGI PROGRAM KOMUNIKASI KORPORASI Studi Kasus Pada PT Djarum Pasca PP 81/1999 dan Revisinya PP38/2000. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 15 No. 2.
- Hakim, L. (2004). *Website Merupakan Fasilitas Internet*. Gramedia.
- Harahap, R. H. (2020). Pengaruh Reward dan Punishment terhadap Prestasi Kerja Karyawan PT.Sentral Inti Gas Medan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, Vol 2 No 2, 23–31.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I* (A. Sindoro & B. Molan, Eds.). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kurniawanti, D., & Hendrawan, B. (2017). Analisis Startegi komunikasi pemasaran PT.Indonesia Villajaya dalam upaya membangun Loyalitas Pelanggan. *Journal of Applied BusinesAdministration*, Vol 1 No 1.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). . *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8, No. 1.
- Kustiawan, W., Sri, A., Mz Siregar, M., Nabila, F., Harahap, K. H., Aini, L., Pulungan, N. L., & Faidah, Y. (2022). Teori-Teori dalam Komunikasi Massa. *KENDALI DAN LISTRIK*, 3(2).
- Latief, R. (2018). *word of communication*. Media Sahabat Cendekia.
- Mahardika, S. V., Islamiyah, I. I. M. Z., & Nurjannah, I. (2021). Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post- Millenial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok. *SOSEARCH: Social Science Educational Research*, Volume 2 No 1.
- Mardiyanto, D., & Slamet, G. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MERCHANDISE DI KEDAI DIGITAL 8 SOLO (STUDI KASUS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN). *SURAKARTA MANAGEMENT JOURNAL*, Volume No 1.
- Middleton, J. (1982). *Approaches to communication planning*. Unesco.
- Nainggolan, N., & Parinduri, T. (2020). PENGARUH POTONGAN HARGA DAN BONUS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MINIMARKET INDOMARET SERBELAWAN. *MANAJEMEN : JURNAL EKONOMI USI*, Vol 2 No 1(2302–5964), 54–64.
- PANDI. (2022). *Laporan Tahun 2022 | Pengelola Nama Domain Internet Indonesia*.

- PANDI. (2023). *Laporan Statistik*. PANDI. <https://pandi.id/laporan-statistik>
- Priansa, J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial*. Penerbit Pustaka Setia Bandung.
- Rabbani, D. B., Diwyarthi, N. D. M. S., Mulyati, A, M. U., Hadawiah, Sari, Y. P., Sukrin, Haryanti, I., Santoso, M. H., Ardani, W., & Salehan. (2022). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi* (cetakan Pertama). Graha Ilmu.
- Rogers, E. M. (1982). *CrossRef citations to date 0 Altmetric Pages 102-108 | Published online: 20 May 2016 Original Articles Communication Strategies for Agricultural Development*.
- S, H. (2023). MEMBANGUN BRAND AWARENESS DENGAN LOYALTY PROGRAM YANG EFEKTIF DAN INOVATIF. *Jurnal Kaizen, Vol. 2, No. 1*(2964–6073).
- Salma, A. N. (2017). PENGARUH SPONSORSHIP DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS (Studi pada Sponsorship Garuda Indonesia Terhadap Liverpool FC sebagai Global Official Airline Partner). *Interdisciplinary Journal of Communication, Vol.2, No.1*, 1–26.
- Simamora, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional* (edisi jilid 1). Salemba empat.
- Stake. (1995). *the art of case study research*.
- Suka, E. A. A. G., & Lubis, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan. *Jurnal Network Media, Vol: 2 No. 2*.
- Tjipto, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi Offset .
- Weaver, L. De. (2002). *Seni Menggunakan Pemasaran Langsung yang Berhasil dalam Bisnis anda (Direct Marketing)*. PT. Elex Media Komputindo.
- Widjaja, G., Christine, A. L., Widyapradnya, A., & Cristy, L. s. (2018). DOMAIN NAME. *Journal.Iaisambas.Ac.Id, Vol. 1 No. 2*, 175–183.
- Wijaya, A., & Kinder, L. (20 C.E.). Pengaruh Price Bundling dan Product Bundling terhadap Niat Membeli yang Dimoderasi oleh Barang Komplementaritas. *JURNAL MANAJEMEN, Vol 17 No 1*, 28–38.

Zusni Adisya. (2020, September 10). *Sejarah Internet Service Provider di Indonesia*. <https://Rapidtech.Id/Sejarah-Internet-Service-Provider-Di-Indonesia/>.