

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Anggito, Albi; Setiawan, Johan. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Greiffenstern, Sandra. 2010. *The Influence of Computers, The Internet and Computer Mediated Communication*, (e-book diakses Juni 2020). Berlin: Logos Verlag Berlin GmbH. Tersedia: <http://goo.gl/JsYSkX>
- Humdiana. 2005. Strategi Pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Mizan.
- Iriantara, Yosol. 2014. Manajemen Media Massa. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Kotler, Philip; Lane, Kevin Keller. 2016. Manajemen Pemasaran (edisi 15). Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Prenada Media.
- Moleong, Lexy J. 2018. Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- P Sugiyono. 2012. Metodologi Penelitian Kuantitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- P Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Pickton, David; Broderick, Amanda. 2005. *Integrated Marketing Communication*. Essex: Pearson Education.
- Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- S Sutisna. 2013. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Smith, PR. dan Ze Zook. 2011. *Marketing communications: Integrating offline and online with social media*. Great Britain: Ashford Colour Press.
- Singarimbun, Masri; Sofian Effendi. 2008. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.
- Velu, Vijay Kumar. 2016. *Mobile Application Penetration Testing*, (e-book diakses Juni 2020). Birmingham: Packt Publishing. Tersedia:

<https://books.google.co.id/books?id=Y0XiCwAAQBAJ&lpg=PP1&pg=PP2#v=onepage&q&f=false>

Jurnal:

Alamro, A., & Rowley, J. 2011. Antecedents of Brand Preference for Mobile Telecommunications Services. *Journal of Product & Brand Management*, 20(6), 475-486. Diakses dari <https://doi.org/10.1108/10610421111166621>

Diwati & Santoso. Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, 2015, ISSN (*online*): 2442-4439.

Fadilah, Efi. Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio, 2017, ISSN (*online*) 2549-1946.

Nigar & Gregorius. Analisis Strategi Pesan *Content Marketing* Untuk Mempertahankan *Brand Engagement*, 2018, ISSN (*online*): 2528-2727.

Rusdi, Farid. Podcast sebagai Industri Kreatif, 2012, Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta.