

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Haryoko, S. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Penelitian Terdahulu dan Jurnal:

- Alfan Iswara Aji & Anisa Diniati. (2021). e-Proceeding of Management : Vol.8, No.5. *Analisis Pengelolaan Event Innovillage Telkom University Pada Masa Pandemi Covid – 19*, 7488.
- Arie Indra Gunawan, F. A. (2021). Pengukuran Aktivitas Pemasaran pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 10, No. 2*, 133-142.
- Aurinawati, D. (2019). *Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Respon Konsumen (Studi Kasus Homestay Kelas Menengah Di DIY)*. Yogyakarta.

- Fahrezy dan Cahyani. (2021). Tinjauan Layanan Customer Service Kepada Kepuasan Pelanggan Pada PT Woodland Propertindo Group. *e-Proceeding of Applied Science : Vol.7, No.6*, 2563.
- Hanna Suci Ramadhani, H. M. (2019). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Loyalty (Studi Kasus: Followers pada Instagram Lazada.co.id). *e-Proceeding of Management : Vol.6, No.2*, 2311.
- K. Aryansyah & R. Sidik. (2020). Perancangan Sistem Informasi Penyelenggaraan Event Lokakarya dan Seminar (Studi Kasus: UNIKOM Bandung). *Jurnal Teknologi dan Informasi (JATI)*, vol. 10, no. 2, 116-128.
- Nanda Firmanda, L. M. (2022). ANALISIS PEMASARAN PINANG DI KABUPATEN BIREUEN, PROVINSI ACEH. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness) Vol 10 No 1*, 126-141.
- Putri, S. C. K., & Purnama, H. (2019). KARAKTERISTIK EVENT MOUNTAIN JUNGLE AND COURSE 2018PADA PT EIGERINDO MULTI PRODUKCHARACTERISTICS. *e-Proceeding of Management : Vol.6, No.3* , 6354.
- Rahman, H. A. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Unit Customer Care Telkom Witel Riau Daratan Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan Prioritas High Value Customer (HVC) Di Masa Pandemi Covid-19*. Bandung: Universitas Telkom, S1 Ilmu Komunikasi.

Website:

- Brand Guideline Logo Telkom Indonesia*. (2020). from Telkom Indonesia:
https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/page/brand-guideline-logo-telkom-indonesia-657 [3 Januari 2023]
- Ditamei, S. (2022, Juli 27). *Pengertian Kerangka Pemikiran: Cara Membuat Beserta Contohnya*. From detikJabar:
<https://www.detik.com/jabar/berita/d-6202272/pengertian-kerangka-pemikiran-cara-membuat-beserta-contohnya> [14 Mei 2023]
- Nurmutia, E. (2023, Januari 20). *Profil dan Sejarah Telkom Indonesia, BUMN Telekomunikasi yang Masuk Jajaran Kapitalisasi Pasar Terbesar*. From Liputan6: [https://www.liputan6.com/saham/read/5183910/profil-dan-](https://www.liputan6.com/saham/read/5183910/profil-dan)

sejarah-telkom-indonesia-bumn-telekomunikasi-yang-masuk-jajaran-kapitalisasi-pasar-terbesar [18 Juni 2023]

Pamungkas, P. (2019, November 25). *Telkom Indonesia*. From Tribunnewswiki: <https://www.tribunnewswiki.com/2019/11/25/telkom-indonesia> [18 Juni 2023]

Syahrial, M. (2022, Juni 4). *Harga Paket Langganan Vidio dan Cara Daftarnya*. From Kompas.com: <https://www.kompas.com/wiken/read/2022/06/04/190000681/harga-paket-langganan-vidio-dan-cara-daftarnya> [15 Maret 2023]