

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, D. U. (2020). AKTIVITAS PERSONAL SELLING PRODUK PERBANKAN BTPN JENIUS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH. *eProceedings of Management*.
- Bintani, S. N. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK INDIHOME PADA PT. TELKOM INDONESIA (Studi Kasus pada PT. Telkom WITEL Jakarta Timur).
- Blundel, R. (2004). *Effective Organisational Communication Perspectives, principles and Practices*, Second Ed, Prentice Hall .
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi pariwisata; Pemasaran Communication*.
- Cornish, P. L.-F. (2011). *Strategic communications and national strategy*. Chatham House, The Royal Institute of International Affairs. Diambil kembali dari https://www.researchgate.net/profile/Paul_Cornish2/publication/318531532_Strategic_Communicat
- Effendy, O. U. (2009). *ILMU KOMUNIKASI Teori dan Praktek*. Bandung: PENERBIT PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Frandsen, F. J. (2018). Corporate Communication. *The International Encyclopedia of Strategic Communication*. 1-10. doi: <https://doi.org/10.1002/9781119010722.iesc0048#>
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hallahan, K. (2007). Defining strategic communication. *International journal of strategic communication* 1. 3-35. doi:<https://doi.org/10.1080/15531180701285244>

- Hidayat, D. (2002). Metodologi Penelitian dalam Sebuah "Multi-Paradigm Science". . *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 197-220.
- Israyanti, Fatimah, J. M., & Saeni, R. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN KEGIATAN SIMPAN PINJAM PEREMPUAN PADA PNPM MANDIRI PERDESAAN. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 386-396.
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rahastine, M. P. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran The Flat Shoes Company dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Online Shopping di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 8(2). .
- RAMDAN, M. N. (2017). FUNGSI CORPORATE COMMUNICATION DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM CSR DI PT. INDONESIA POWER UBP KAMOJANG (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Rosilawati, Y. (2014). 2EmployeeBranding Sebagai Strategi Komunikasi Organisasi Untuk Mengkomunikasikan Citra Merek (Brand-image). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3). Diambil kembali dari <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/61>
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Seta, P. M. (2014). Strategi Komunikasi PT. Kaha Event Management dalam mempertahankan Loyalitas Pelanggan. Diambil kembali dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/26279>
- Shifah, N. (2011). Pengambilan keputusan konsumen memilih Pasar Modern ditinjau dari faktor internal dan faktor eksternal. *Doctoral dissertation, IAIN Sunan Ampel Surabaya*. Diambil kembali dari Pengambilan keputusan konsumen memilih Pasar Modern ditinjau dari faktor internal dan faktor eksternal.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.

- Tbk., P. B. (2020). *Profil Perusahaan*. Dipetik October 2020, dari <https://www.bankmandiri.co.id/profil-perusahaan>
- Thomas, G. F., & J. Stephens,, K. (2014). An Introduction to Strategic Communication. *International journal of business communication*, 52(1), 3-11.
- Wiguna, D. K. (2020). Bank Mandiri Raih Predikat Perusahaan Terbaik Tingkat Asia 2020. Dipetik October 2020, dari <https://jabar.antaranews.com/berita/202709/bank-mandiri-raih-predikat-perusahaan-terbaik-tingkat-asia-2020>
- Winawati, F. J. (2014). STRATEGI MARKETING COMMUNICATIONS GRAND CITY SURABAYA DALAM MEMBANGUN BRAND SEBAGAI WORLD CLASS MALL. *Jurnal e-Komunikasi*.