

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Abidin, Y. Z. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Penelitian Kuantitatif Teori & Aplikasi*.
- Adecandra, I. F. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Rangka Meningkatkan Pangsa Pasar Penggemar Film*. UIN Sunan Kalijaga.
- Agustin, D. P. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Market Share Segmen Remaja Pt Telkomsel Di Kota Surabaya. *Representamen*, 3(02), 1–7. <https://doi.org/10.30996/.v3i02.1414>
- Agustini, Aully Grashinta, San Putra, S. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori & Panduan Praktis Analisis Data Kualitatif)* (Irmayanti (ed.); Issue August). PT. Mifandi Mandiri Digital.
- Aji, D. A., & Juwita, R. (2023). Brand Activation Sebagai Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Studi Kasus: Headstock Coffee Di Balikpapan). *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1446–1462. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.354>
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. mcgraw-hill.
- Chan, Y. Y. Y., & Ngai, E. W. T. (2011). Conceptualising electronic word of mouth activity: An input-process-output perspective. *Marketing Intelligence & Planning*, 29(5), 488–516.
- Creswell, J. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. PT Pustaka Pelajar.
- Dalman. (2012). *Menulis Karya Ilmiah*. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O. U. (1990). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.

Fahma, N. N. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Telkomsel Dalam Project "Telkomsel Apprentice Program" Periode Oktober 2018 – Februari 2019 di Yogyakarta* [Universitas Muhammadiyah Yogyakarta].

<http://repository.umsida.ac.id/handle/123456789/31454>

Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue Maret). PT Global Eksekutif Teknologi.

Fill, C., & Turnbull, S. L. (2016). *Marketing communications: brands, experiences and participation*. Pearson.

Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.

Firmansyah, M. A. (2019). *Dr . M . Anang Firmansyah , SE ., MM . i. June*.

Handoko, H., & Dharmmesta, B. S. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE.

Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.

Hardani, D., Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.)). CV Pustaka Ilmu.

Herlina, Boer, R. F., Fasadena, N. S., Kede, A., Kahfi, M. A.-M., Ganiem, L. M., Putri, S. S., Hasibuan, N., Subchan, N., & Deryansyah, A. D. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Basya Media Utama.

Hidayutuloh, S. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen pada Klinik Kopi Yogyakarta*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Johnson, R. B., & Christensen, L. (2016). *Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches*. SAGE Publications.

<https://books.google.co.id/books?id=oAFHDQAAQBAJ>

Kotler, P., & Amstrong, G. (2004). *Dasar-dasar pemasaran edisi kesembilan Jilid*

1. In *Jakarta: PT Indeks*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Indeks.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). Prentice Hall. <https://doi.org/10.2307/1250781>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A Framework for Marketing Management. *Baski, Essex: Pearson Education Limited*.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edition*. Pearson Higher Ed.

Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=gI9ADwAAQBAJ>

Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif: Edisi Kedua*. Prenada Media.

Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran* (H. Herman (ed.)). Strategy Cita Semesta.

Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia*. Mitra Wacana Media.

Louviere, J. J., Cooper, L. G., & Nakanishi, M. (1990). Market-Share Analysis. *Journal of Marketing Research*, 27(4), 496. <https://doi.org/10.2307/3172635>

McDonald, M. H. B., & Keegan, W. J. (2019). MHB dan Keegan, WJ. 2019. In *Marketing Plans That Work*, alih bahasa oleh Damos Sihombing, Erlangga. Jakarta.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=3CNrUbTu6CsC>

Moelong, L. J. (2014). Metode Penelitian Kualitatif. *Bandung: Remaja*

Rosdakarya.

- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cetakan XXIX. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pt Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Cetakan Keempat. Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, D. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. PT Remaja Rosdakarya.
- Octaviani, A. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Pustakabarupress. Banguntapan Bantul. Yogyakarta.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. In Prenada Media Group.
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press.
[https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf)
- Reken, F., Suprihartini, L., Masliardi, A., Kadek, N., & Hariyanti, D. (2024). *Pengantar Manajemen Pemasaran*.
- Riduwan, A. (2010). *Metode Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Alfabeta.
- Ritonga, W. (2015). *Manajemen Pemasaran*. STIE PBM.
- Ritonga, W. (2020). *Pemasaran*. Muara Karya.
- Santoso, F. R., & Baihaqi, I. (2017). Pengembangan Produk Pada Youth Segment Di Pt Telekomunikasi Selular Indonesia. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(2), 6–9. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i2.25476>

- Sari, R. D. K., & Sri, R. T. A. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang*.
- Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72.
<https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Šerić, M., & Vernuccio, M. (2020). The impact of IMC consistency and interactivity on city reputation and consumer brand engagement: the moderating effects of gender. *Current Issues in Tourism*, 23(17), 2127–2145.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1637403>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta.
- Suprayogo, I., & Tobroni. (2003). *Metode Penelitian Sosial Agama*. PT Remaja Rosdakarya.
- Taufik, E. R. (2019). *Konsep Inti Manajemen Pemasaran*. Media Edukasi Indonesia.
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
<https://www.neliti.com/publications/86529/analisis-strategi-pemasaran-untuk-meningkatkan-daya-saing-umkm-studi-pada-batik#cite>
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Industri Pariwisata. In *Bandung: Alfabeta*.

Jurnal dan Skripsi

- Agustin, D. P. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Market Share Segmen Remaja Pt Telkomsel Di Kota Surabaya. *Representamen*, 3(02), 1–7. <https://doi.org/10.30996/.v3i02.1414>

- Aji, D. A., & Juwita, R. (2023). Brand Activation Sebagai Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Studi Kasus: Headstock Coffee Di Balikpapan). *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1446–1462. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.354>
- Fahma, N. N. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Telkomsel Dalam Project “Telkomsel Apprentice Program” Periode Oktober 2018 – Februari 2019 di Yogyakarta* [Universitas Muhammadiyah Yogyakarta]. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/31454>
- Hidayutuloh, S. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen pada Klinik Kopi Yogyakarta*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). Prentice Hall. <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78.
- Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Šerić, M., & Vernuccio, M. (2020). The impact of IMC consistency and interactivity on city reputation and consumer brand engagement: the moderating effects of gender. *Current Issues in Tourism*, 23(17), 2127–2145. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1637403>
- Santoso, F. R., & Baihaqi, I. (2017). Pengembangan Produk Pada Youth Segment Di Pt Telekomunikasi Selular Indonesia. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(2), 6–9. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i2.25476>
- Sugiarto, W., & Tri Gartanti, W. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Kartu By.U. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3750>
- Louviere, J. J., Cooper, L. G., & Nakanishi, M. (1990). Market-Share Analysis.

Journal of Marketing Research, 27(4), 496. <https://doi.org/10.2307/3172635>

Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).

Internet

Badan Pusat Statistik Kota Bukittinggi. *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (ribu jiwa) di Kota Bukittinggi, 2024*. Diakses pada 21 Juni 2025, dari <https://bukittinggikota.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkiMyMxMzc1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa--di-kota-bukittinggi.html?year=2024>

Byu.id. (2022). Diakses pada 3 Maret 2025 dari <https://www.byu.id/>

Telkomsel.com. (2023). Diakses pada 3 Maret 2025 dari <https://www.telkomsel.com/>

Telkomsel.com. (2019). Diakses pada 5 Maret 2025 dari <https://www.telkomsel.com/about-us/news/telkomsel-luncurkan-byu-layanan-selular-prabayar-digital-end-end-pertama-di-indonesia>

Telkomsel.com. (2023). Diakses pada 25 Maret <https://www.telkomsel.com/about-us/investor-relations>

Viva.co.id. (2024). Diakses pada 21 Juni 2025 dari, https://www.viva.co.id/digital/digilife/1707442-58-persen-penduduk-indonesia-jadi-pelanggan-telkomsel#goog_rewarded