

DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV Syakir Media Press, ISBN: 978-623-97534-3-6, diakses pada

<https://repository.ung.ac.id/karyailmiah/show/8793/buku-metode-penelitian-kualitati.html#>

Agustinova, Danu E.(2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif ; Teori &Praktik*. Yogyakarta : Calpulis.

CNBC Indonesia (2023). 8 Startup RI yang Pernah Terkenal Sekarang Tutup dan Bangkrut. Link akses: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230411104245-37-428863/8-startup-ri-yang-pernah-terkenal-sekarang-tutup-dan-bangkrut>,

diunduh pada 3 November 2023, pukul 12.21 WIB.Doembana, I., Rahmat, A., dan Farhan, M. (2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.

Darmawan, Landra S & Perdana, A. S.(2017). Integrated Marketing Communication strategies: A Case Of Telkomsel As The Best Mobile Operator in Indonesia. *Journal Proceeding of The 4th Conference on Communcation, Culture, and Media Studies*. 143-150. Diakses pada <https://journal.uui.ac.id/CCCMS/article/download/9247/7675/18011>

Doembana, Ismawati, dkk.(2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta : Zahir Publishing.diakses pada <https://library.sari-mutiara.ac.id/download-47.html>

Fajar, Adityo.(2017).Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) Pada PT Tokopedia Dalam Mempertahankan Pelanggan. *Jurnal Komunikasi*. 210-214. Diakses pada <https://www.neliti.com/publications/487460/implementasi-integrated-marketing-communication-imc-pada-pt-tokopedia-dalam-memp>

Firmansyah, M. A. (2019). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media. diakses pada https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-4/publication/334057497_PEMASARAN_dasar_dan_konsep/links/5d14be6592851cf4404f63a8/PEMASARAN-dasar-dan-konsep.pdf

Habibah, Andi N. dkk.(2023). Integrated Marketing Communication : How IMC Method Build A Brand Equity. Marketgram Journal. Vol 1 (1). Diakses pada <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj/article/view/29>

Hamzah, R. E., & Azhari, R. R. (2019). KONSEP *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE HOTEL GRAND SAHID JAYA JAKARTA. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 181 - 193.

Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu. Diakses pada https://www.researchgate.net/profile/Assoc-Prof-Msi/publication/340021548_Buku_Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif/links/5e72e011299bf1571848ba20/Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif-Kuantitatif.pdf

Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Diakses pada <https://etheses.uinsgd.ac.id/31676/1/Metodologi%20Penelitian.pdf>

Indahningrum, Rizka P. & Handayani, R.(2009). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dividen, Pertumbuhan Perusahaan, Freecashflow Dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akutansi*. Diakses pada <https://jurnaltsm.id/index.php/JBA/article/view/244/219>.

Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (2022). Bappenas: Indonesia Andalkan Industri untuk Capai Pertumbuhan Ekonomi. Link: <https://www.bappenas.go.id/id/berita/bappenas-indonesia-andalkan-industri->

[untuk-capai-pertumbuhan-ekonomi-bmPfm](#), diunduh pada 2 November 2023, pukul 23.55 WIB.

Linata, Asti F. & Vanel, Z.(2023). Strategi Integrated Marketing Communication Diskominfo dalam Membangun Citra Kota Salatiga. Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi. 87-101. Diakses pada <https://ejournal.undana.ac.id/index/index.php/JIKOM/article/download/7237/4445>

Marantika, A. (2012). Nilai Perusahaan (*Firm Value*): Konsep dan Implikasi. Bandar Lampung: Anugrah Utama Raharja (AURA) Printing & Publishing. Diakses pada <http://repo.darmajaya.ac.id/1194/1/Nilai%20Perusahaan.pdf>

Martono, Nanang.(2019). Metode Penelitian Kuantitatif ; Anilisis Isi dan Analisis Data Sekunder. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Muharram, Nasiratunnisaa M.(2023).Dasar-Dasar Public Relation.Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara. Diakses pada <https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/563071-dasar-dasar-public-relation-126a204a.pdf>

Nuzaibah, Imaro & Susilo, W.(2023).Analisis Yuridis Perjanjian Sewa Perairan Antara Kantor Kesyahbandaran Dan Otoritas Pelabuhan Kelas Iv Probolinggo Dengan Pt. Kutai Timber Indonesia Dalam Penggunaan Perairan Terminal Untuk Kepentingan Sendiri (Tuks) Di Pelabuhan Probolinggo. Jurnal Ius
<https://ejournal.upm.ac.id/index.php/ius/article/view/1766>

PT. Surya Intan Sentaya Jaya.(2024). Info. diakses pada (link web)

<https://sentanaplywood.indonetwork.co.id/info>

Peter, J. P. & Donnelly, J. H. (2007). Marketing Management Knowledge and Skills). New York : Mc Graw-Hill/Irwin. Diakses pada

[https://www.google.co.id/books/edition/Marketing_Management/t09EAAAAYAAJ?hl=en&gbpv=0&bsq=MARKETING%20MANAGEMENT%20knowledg e%20and%20skills,%208th%20Edition%20\(Eighth%20Edition\)%208e,%20BY%20PETER%20%26%20DONNELLY,&kptab=overview](https://www.google.co.id/books/edition/Marketing_Management/t09EAAAAYAAJ?hl=en&gbpv=0&bsq=MARKETING%20MANAGEMENT%20knowledg e%20and%20skills,%208th%20Edition%20(Eighth%20Edition)%208e,%20BY%20PETER%20%26%20DONNELLY,&kptab=overview).

Pratiwi, Resty M. dkk.(2023). Strategu Integrated Marketing Communication PT GO-JEK dalam Melayani Jasa GO-FOOD. *Jurnal Komunikasi & Media*. 58-73. Diakses pada <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/6412/3088>

Putri, A. I, dkk. (2022) Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) Oleh Aiola Eatery Dalam Keberhasilan Promo Halal Bi Halal. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, e-ISSN: 2807-6818, 2(2), 1-7. Diakses pada <https://www.aksiologi.org/index.php/relasi/article/view/401/264>

Republik Indonesia. (2021): Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perindustrian. Jakarta: Sekretariat Kementerian PUPR. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161862/pp-no-28-tahun-2021>

Republik Indonesia. (2021). Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. Jakarta: Sekretariat Kepresidenan Indonesia, : <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161828/perpres-no-12-tahun-2021>

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Republik Indonesia. Pengertian nilai (*online*) diperoleh dari link: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/nilai>, diunduh pada 30 Desember 2023, pukul 14.00 WIB.

Silviani, Irene & Darus, P.(2021).Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC). Surabaya: Scopindo Media Pustaka. Diakses pada

<https://books.google.co.id/books?id=CTFAEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>.

Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian. Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia. Diakses pada <https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafriada.pdf>

Sukirni, Dwi.(2012). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Deviden dan Kebijakan Hutang Analisis Terhadap Nilai Perusahaan. Accounting Analysis Journal. Diakses pada <https://journal.unnes.ac.id/sju/aaj/article/view/703/689>.

Tjokrowibowo, Laura.(2013). Analisis Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Rangka Membangun Minat Transaksi Ulang (PT. Philip Securities Indonesia Cabang Semarang). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. 149-156. Diakses pada <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/download/14402/10996>

Wahyuni, H. C., dan Sulistiyowati, W. (2020): *Pengendalian kualitas industri manufaktur dan jasa*. Sidoarjo: UMSIDA Press. Diakses pada <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6833-79-7/730>

Wijaya Cahaya Timber. (2022). Link Akses: <https://wijayacahayatimber.com/id/>, diunduh pada 7 November 2023, pukul 11.25 WIB