

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5). Jakarta: Erlangga.
- David. (2004). *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Deddy Mulyana, (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fathor Rasyid. (2019). *Metode Penelitian Sosial: Teori dan Praktek*. Kediri: IAIN Kediri Press.
- Hafied Cangara. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hermawan Kartajaya. (2002). *Hermawan Kartajaya On Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hitt Michael, dkk. (1997). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2002). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting dan Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Lexy J. Moelong. (1993) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Lili Aadi wibowo, Donni Juni Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Moriarty, Sandra, dkk. (2009). *Advertising Edisi Kedelapan*. Jakarta: Direktorat Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam 2009).
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Philip Kloter dan Klevin Lane keller. (2009) *Manajemen Pemasaran*, terj. Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Rahmadi, (2011) *Pengantar Metodologi Penelitian*, Banjarmasin: Antasari Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulaksana Uyung. (2007). *Integrated Marketing Communications*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, Fandi. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

## REFERENSI LAINNYA

- Doni Mardiyanto. 2019, “*Analisis strategi komunikasi pemasaran*”, Jurnal Edunomika, Vol. 03, No. 01, Surakarta: STIA ASMI.
- Dwinita Ratnasari, 2022, Skripsi “*Strategi Pemasaran Konten Digital Rumah Produksi Mindplace Studio Dalam Menarik Konsumen*”, Yogyakarta: ISI Yogyakarta.
- Herena Carmelita Prabowo, 2020, Jurnal Skripsi “*Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Agency Coconut Indonesia*”, Surakarta: Unirvesitas Negeri Surakarta
- Muhammad Iqbal, 2021, Skripsi “*Strategi Komunikasi Pemasaran dalam meningkatkan Jumlah Pengunjung*”, Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim
- Muhammad Riva’i, 2019, Skripsi: “*Strategi komunikasi pemasaran dalam menumbuhkan brand awarness*”, Yogyakarta: Unirvesitas Ahmad dahlan.
- Nur Diana Kholidah, 2023, Skripsi: “*Strategi komunikasi pemasaran melalui media Instagram dalam Mempromosikan produk great project di Kabupaten Situbondo*”, Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq.
- Tri Hutami Pratiwi, 2019, Skripsi: “*Strategi Komunikasi Pemasraan Grand Kanaya Hotel dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*”, Sumatera Utara: UIN Sumatera Utara, 2019
- Yulianti E, 2019, Skripsi: “*Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam meningkatkan minat beli Konsumen*”, Lampung: UIN Raden Intang.
- Akun Youtube Sonni Music Production, Kediri, 8 Oktober 2023
- Sony Sudarsono, pemilik PT Sonni Media Partner Equipment , Kediri, 4 Oktober 2023

## LAMPIRAN





## **Pedoman Wawancara**

1. Bagaimana sejarah berdirinya PT Sonni Media Partner Equipment ?
2. Apa Visi Misi dari PT Sonni Media Partner Equipment ?
3. Apakah menggunakan falsafat jawa 3N (Niteni, Nirokke, Nambahi) sebagai Visi Misi?
4. Menagapa bidang yang ditekuni oleh PT Sonni Media Partner Equipment adalah pelayanan jasa dan pendidikan?
5. Siapa yang menjadi segmentasi pemasaran PT Sonni Media Partner Equipment ?
6. Apa yang difokuskan oleh PT Sonni Media Partner Equipment pada industri kreatif yang dijalankan? Dan bidang apa yang paling diminati?
7. Apa Strategi yang diterapkan dalam mempertahankan eksistensi PT Sonni Media Partner Equipment ?
8. Dalam menjalankan strategi pemasaran, menurut anda bagian manakah yang memiliki peran yang sangat penting?
9. Bagaimana tahap-tahap dalam menjalankan strategi pemasaran PT Sonni Media Partner Equipment ?
10. Apakah PT Sonni Media Partner Equipment melakukan strategi yang sama di setiap tahunnya?
11. Apakah PT Sonni Media Partner Equipment memiliki tim khusus yang merancang rencana strategis dalam mempertahankan PT Sonni Media Partner Equipment ?

12. Apa yang menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan jumlah konsumen PT Sonni Media Partner Equipment ?
13. Bagaimana cara PT Sonni Media Partner Equipment mengatasi masalah di era perkembangan zaman yang semakin canggih dan tetap eksis?

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**M. Azmi Putra Prayoga** adalah nama penulis dari skripsi ini. Penulis lahir di Jombang, 1 Januari 1999 sebagai anak bungsu dari 3 bersaudara. Penulis lahir dari pasangan orang tua Bapak Shodiqin dan Ibu Suprianah. Pendidikan penulis dimulai dari Sekolah Dasar Negeri Banjarsari lulus pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Perak dan lulus pada 2014. Kemudian penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Jombang dan lulus pada tahun 2017. Hingga pada akhirnya pada tahun 2017 menempuh Pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri Fakultas Ushuluddin dan Dakwah dengan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Pada masa perkuliahan penulis mengikuti UKM FOSTER dan menjalani kegiatan sebagai fotografer.