

DAFTAR PUSTAKA

- Agency Iklan. *Iklan Koran*. Diakses pada 24-10-2021, dari Agency Iklan:
<https://www.agency-iklan.com/biro-iklan-resmi/pasang-iklan-koran/>
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as A Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40.
<https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Connelly, L. M. (2016). Trustworthiness in Qualitative Research. *MEDSURG Nursing*, 25(6), 435–436.
- Dokumen Jawa Pos Radar Jombang*. (2021).
- Eisenhardt, M. K. (1989). Building Theoris from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 1(4), 12–13.
http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=in_rMFXR3agC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Beyond+re+engineering&ots=IViSnfKCoY&sig=iJLx4ImLpmeDdqx5FqhGTONdzw%0Apapers3://publication/uuid/FBAD3EAE-8DDB-4DEF-A0EE-50D39461F477%0Ahttp://search.ebscohost.com/login.aspx?direct
- Gioia et al, D. A. (2012). Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research: Notes on the Gioia Methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15–31.
<https://doi.org/10.1177/1094428112452151>
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid. I. (A. Sindoro, & B. Molan, Penerj.) Jakarta: Penerbit Prehalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Morissan, M. A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. (D. K. Yahya, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Munawara. (2017). Strategi Marketing Koran Harian Amanah Dalam Menghadapi Persaingan Industri. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Muslimin, K. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Jawa Pos Radar Kudus Biro Jeparu dalam Menarik Minat Pemasang Iklan. *Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media (JASIMA)*, 1(2), 128–147.
<https://doi.org/10.30872/jasima.v1i2.16>
- Shah, S. K., & Corley, K. G. (2006). Building Better Theory by Bridging The Quantitative-Qualitative Divide. *Journal of Management Studies*, 43(8), 1821–1835. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00662.x>
- Stanton, W. J. (2009). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yani, A. (2019). *Strategi Pemasaran Surat Kabar Dalam Menghadapi Persaingan Media Online (Studi Pada Harian Jambi Independent)*. <http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/2817>