

## DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_. (2014). *Menkominfo Menilai Bisnis MVNO Sudah Saatnya di Indonesia*. Diperoleh dari [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4328/Menkominfo+Menilai+Bisnis+MVNO+Sudah+Saatnya+di+Indonesia/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4328/Menkominfo+Menilai+Bisnis+MVNO+Sudah+Saatnya+di+Indonesia/0/berita_satker).
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity. Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Agar, J. (2003). *Constant Touch, a Global History of the Mobile Phone*. Cambridge: Icon Books.
- Alzoubi, A.E., Al-Outom, F.J., & Albatainh, A.K. (2011). Factors Associated Affecting Organization Agility on Product Development. *International Journal of Research and Reviews in Applied Sciences*, 9, pp. 503-515.
- Anggraeni, L. (2020). *Kominfo Siapkan 5 Program Prioritas 2021 untuk Percepat Digitalisasi Nasional*. Diperoleh dari <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/yNLGJpyK-kominfo-siapkan-5-program-prioritas-2021-untuk-percepat-digitalisasi-nasion>.
- Arell, R., Coldewey, J., Gatt, I., & Hesselberg, J. (2012). *Characteristics of Agile Organizations*. Diperoleh dari <http://www.agilealliance.org>.
- Arens, W. & Weigold, M. (2013). *Contemporary Advertising and Integrated Marketing Communications*. United States of America: McGraw-Hill.
- Aziz, A. (2015). Strategi Persaingan Operator Telekomunikasi Seluler. *Jurnal Buletin Pos dan Telekomunikasi*, 13(1), 19-34.
- Bergkvist, L., & Rossiter, J. R. (2007). The Predictive Validity of Multiple Item Versus Single Item Measures of the Same Construct. *Journal of Marketing Research*, 44(2), 175-184.
- Bland, M., Alison, T., & Wragg, D. (2005). *Media Relations: How to Get Results*. London: Kogan Page.
- Blatter, J. K. (2008). *Case Studies*. dalam Given, M. L. (2008) *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Vol. 1&2. pp. 68-71. Sage Publications: California.



- Bonnie, E. (2017). *Churn Rate: How to Define and Calculate Customer Churn*. Diperoleh dari <https://clevertap.com/blog/churn-rate/#DefiningChurnRate>.
- Budac, C. (2015). Next Generations Of Consumers – Challenges And Opportunities For Brands. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv Economics*, 6(171), 6-10.
- Crane, F. G. (2013). *Marketing for Enterepreneurs: Concept and Applications for New Ventures*. US: SAGE Publications, Inc.
- Devi, A. (2018). *Aturan Baru Registrasi Kartu Prabayar Satu KTP, Tak Bisa Lebih dari 3 Nomor*. Diperoleh dari [https://kominfo.go.id/content/detail/15608/aturan-baru-registrasi-kartu-prabayar-satu-ktp-tak-bisa-lebih-dari-3-nomor/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/15608/aturan-baru-registrasi-kartu-prabayar-satu-ktp-tak-bisa-lebih-dari-3-nomor/0/sorotan_media).
- Deviyanti, D. N. (2019). Perkembangan Telekomunikasi di Indonesia Beserta Dampak yang Ditimbulkannya dan Kenali Dampaknya!. Diperoleh dari <https://www.hipwee.com/narasi/perkembangan-telekomunikasi-di-indonesia-beserta-dampak-yang-ditimbulkannya-dan-kenali-dampaknya/>.
- Duncan, Tom. (2004). *IMC: Using Advertising & Promotion to Build a Brand*. First Edition. McGraw-Hill, Inc.
- Dunnewijk, T., & Hulten, S. (2007). A Brief of Mobile Communication in Europe. *Telematics and Informatics*, 24, 164-179.
- Effendy, O. U. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Frost & Sullivan. (2018). *Digital Market Overview: Indonesia*. Diperoleh dari [https://ww3.frost.com/files/3115/2878/4354/Digital Market Overview FCO Indonesia 25May18.pdf](https://ww3.frost.com/files/3115/2878/4354/Digital_Market_Overview_FCO_Indonesia_25May18.pdf).
- Gani, P. K. (2012). *Marketing Public Relations*. Diperoleh dari <http://www.lspr.edu/pritakemalgani/marketing-public-relations/>.
- Garrard, G. (1998). *Cellular Communications: Worldwide Market Development*. London: Artech House Publishers.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.



- Giannini, G.T., Jr. (2010). *Marketing Public Relations: A Marketer's Approach to Public Relations and Social Media, 1st ed.* New Jersey: Pearson Education Limited.
- Gödeke, J. (2019). *From Network Operator to "Digital Lifestyle Provider" - The "Digital Convenience Store" as Growth Scenario for Telecommunications Network Operators.* Diperoleh dari <https://www.researchgate.net/publication/338900776>.
- Grossman, R. (2016). *The Industries that are Being Disrupted the Most by Digital.* Diperoleh dari <https://hbr.org/2016/03/the-industries-that-are-being-disrupted-the-most-by-digital>.
- Gruber, H., & Verboven, F. (2001). *The Evolution of Markets Entry and Standards Regulation: The Case of Global Mobile Telecommunications.* Katholieke Universiteit Leuven.
- Hadi, S., dkk. (2007). *Post Washington Consensus dan Politik Privatisasi di Indonesia.* Tangerang: PT. Cipta Lintas Wacana.
- Harris, T. L. (1991). *The Marketers Guide to PR: How Today's Companies are Using the New Public Relations to Gain a Competitive Edge.* New York: Wiley.
- Harris, T.L., & Wallen, P. T., (2006). *The Marketer's Guide to Public. Relations in The 21st. Century.* Mason: South-Western Educational Pub. Houghton Mifflin.
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial.* Jakarta: Salemba Humanika
- Ina Bertrand and Peter Hughes. (2005). *Media Research Methods.* New York: Palgrave Macmillan.
- Iskandar. (2020). *Operator Seluler Live.On Siap Bersaing dengan By.U dan Switch Mobile.* Diperoleh dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/4286141/operator-seluler-liveon-siap-bersaing-dengan-byu-dan-switch-mobile>.
- Jefkins, Frank. 2003, *Public Relations.* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jelassi, Tawfik. (2019). *In The Field with Turkcell.* Diperoleh dari <https://www.imd.org/research-knowledge/articles/In-the-Field-with-Turkcell/> pada 14 November 2020.
- Kemp, Simon. (2020). *Digital 2020: Indonesia.* Diperoleh dari <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.



Kertajaya, H. (2006). *Marketing Klasik Indonesia*. Bandung: Mizan.

Kertajaya, H. (2015). *Marketing in Challenging Times*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Khoirunnisaa, J. (2020). *By.U Jadi Merek Digital Pilihan Gen Z Versi Marketeers*. Diperoleh dari <https://inet.detik.com/telecommunication/d-5274356/byu-jadi-merek-digital-pilihan-gen-z-versi-marketeers>.

Korzeniewska, E., & Krawczyk, A. (2019). 5G Technology as the Successive Stage in the History of Wireless Telecommunication. *International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES)*, 10, 470-473.

Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, P., Kartajaya, dan Iwan S. (2020). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip & Kevin Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks

Kotler. P., dan Kevin, L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran 12th edition*. Jakarta: Indeks.

Kurniasari, A., Lestari, P., & Isbandi. (2008). Strategi *Marketing Public Relations* PT Telkom Kancatel Pati dalam Program *Flexi Door to Door* dan *Speedy Go to School* untuk Membangun *Brand Awareness* dan *Brand Knowledge* di Wilayah Pati. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Yogyakarta*, 6(3), 228-241.

Lhotakova, M. & Olsanova, K. (2013). The Role of Positioning in Strategic *Brand Management* – Case of Home Appliance Market. *Global Journal of Commerce & Management Perspective*, 2(1), 71-81.

Liew, E. (2020). *Singtel GOMO vs StarHub giga vs M1 & Other SIM-Only Data Plans in Singapore*. Diperoleh dari <https://blog.moneysmart.sg/budgeting/singtel-gomo-starhub-giga-data-plan/> pada 16 November 2020.

Meurling, J., & Jeans, R. (1994). *The Mobile Phone Book, In: The Invention of the Mobile Phone Industri*. London: Communication Weeks.

Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.

- Moleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi* (Cetakan kedua puluh sembilan). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morris, W. (1973). *The American Heritage Dictionary of English Language*, Boston:
- Mutojo, S. (2004). *Membangun Citra Perusahaan: Sebuah Sarana Penunjang Keberhasilan Pemasaran*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Nasution. (1996). *Metode Penelitian Kualitatif Naturalistik*. Jakarta : Sinar Grafika
- Nidya, I. R. (2020). *Pandemi Covid-19, Pendapatan Digital Business Telkomsel Capai Rp 31,9 Triliun*. Diperoleh dari <https://money.kompas.com/read/2020/10/26/155414126/pandemi-covid-19-pendapatan-digital-business-telkomsel-capai-rp-319-triliun?page=all..>
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Noordyanto, N. (2017). Iklan Provider Seluler XL dengan Strategi Pemasaran Berbasis Lokal Madura (Sebuah Kajian Desain). *Jurnal Invensi*, 2(2), 13-32.
- Pandjaitan, H. (2000). *Undang-Undang Telekomunikasi: Partisipasi Publik dan Pengaturan Setengah Hati*. Jakarta: Internews Media.
- Pramesti, A. R. (2012). Strategi *Marketing Public Relations* Telkomsel Surakarta dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan. *Eprint UMS*, 17, 1-9.
- Pramono, P. (2019). *PR-ing, Paradigma Baru dalam Menyusun Strategi Komunikasi Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetya, T. (2017). *Kartu Perdana Murah, Churn Rate Operator Tinggi*. Diperoleh dari <https://industri.kontan.co.id/news/kartu-perdana-murah-churn-rate-operator-tinggi>.
- Pusparisa, Y. (2020). *Jumlah Pengguna Telkomsel Terbesar di Indonesia*. Diperoleh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/28/jumlah-pengguna-telkomsel-terbesar-di-indonesia>.
- Putri, V. M., (2019). *Ingin Fokus ke Mobile Gaming, Axis Jadi Sponsor EVOS Esports*. Diperoleh dari <https://inet.detik.com/telecommunication/d-4824588/ingin-fokus-ke-mobile-gaming-axis-jadi-sponsor-evos-esports>.

- Rachmat Kriyantono. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).
- Ramadhan, R. A. (2020). Ospek Online Unesa Ikat Pinggang Dibentak Senior Dianggap Kekerasan Verbal. Diperoleh dari <https://kumparan.com/kumparannews/ospek-online-unesa-ikat-pinggang-dibentak-senior-dianggap-kekerasan-verbal-1uCfKKwAnHg/full>.
- Rayana, U. (2020). *Membandingkan Empat Provider Digital Pilihan Anak Muda*. Diperoleh dari <https://selular.id/2020/07/membandingkan-empat-provider-digital-pilihan-anak-muda/>.
- Rini, A. S. (2017). *Telkomsel Bakal Tambah 100 Unit Gerai GraPARI Tahun Ini*. Diperoleh dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20170213/105/628522/telkomsel-bakal-tambah-100-unit-gerai-grapari-tahun-ini>.
- Robert, Yin K. (2005). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2002). *Kiat & Startegi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rusman.(2012). *Model-Model Pembelajaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Sagita, M. (2020). *Pandemi, Provider Serba Digital Ini Sukses Naik Daun*. Diperoleh dari <https://kumparan.com/kumparantech/pandemi-provider-serba-digital-ini-sukses-naik-daun-1tibXb8LPc0/full>.
- Salsabila, P. (2020). *Internet Provider Switch Mobile Bisa Jalan Terus Meski Kuota Habis*. Diperoleh dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/03/11/20170077/internet-provider-switch-mobile-bisa-jalan-terus-meski-kuota-habis>.
- Saputra, Wahidin, & Nasrullah R. (2010). *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Depok: Gramata.



- Semenik, R. J. (2002). *Promotion and Integrated Marketing Communications*. Canada: Thompson Learning.
- Sharifi, H., & Zhang, Z. (1999). A Methodology for Achieving Agility in Manufacturing Organization. *International Journal of Production Economics*, 62, 7-22.
- Sheehan, M., & Xavier, R. (2009). *Public Relations Campaigns*. Melbourne: Oxford University.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Simatupang, I. A. (2004). *Perubahan Fungsi Kontrol Pemerintah dalam Bidang Telekomunikasi Menurut Undang-Undang Telekomunikasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Simon, H. (1979). Dynamics of Price Elasticity and *Brand Life Cycles*: An Empirical Study. *Journal of Marketing Research*, 16(4), 439-452.
- Siskind, B. (2005). *Powerful Exhibit Marketing: The Complete Guide to Successful Trade Shows, Conferences, and Consumer Shows*. Ontario: John Wiley & Sons, Ltd.
- Small, A.W. & Downey, A.E. (1996). Orchestrating multiple changes: a framework for managing concurrent changes of varied type and scope. Proceeding of IEMC 1996 Conference on Managing Virtual Enterprise, Canada, pp. 627-634.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Taghizadeh, H. (2015). Investigation the Effect of Knowledge Management on Organizational Agility. *Shiraz Journal of System Management*, 3(1), 67-86.
- Telkomsel. (2020). *Telkomsel Luncurkan by.U, Layanan Selular Prabayar Digital End-to-end Pertama di Indonesia*. Diperoleh dari <https://www.telkomsel.com/about-us/news/telkomsel-luncurkan-byu-layanan-selular-prabayar-digital-end-end-pertama-di-indonesia#:~:text=by.U%20adalah%20layanan%20digital,hingga%20live%20chat%20layan%20pengguna.>
- Thompson, J. (1967). *Organization in Action*. New York: McGraw-Hill.
- Tim Peneliti Puslitbang SDPPI. (2018). *Analisis Industri Telekomunikasi Indonesia untuk Menunjang Industri*. Diperoleh dari



[https://balitbangsdm.kominfo.go.id/?mod=publikasi&a=dl&page\\_id=465&cid=29&download\\_id=199](https://balitbangsdm.kominfo.go.id/?mod=publikasi&a=dl&page_id=465&cid=29&download_id=199).

- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Vrontis, D. (2014). Marketing Public Relations: A Consumer-focused Strategic Perspective. *Journal of Customer Behaviour*, 13(1), 5-24.
- Vukasovic, T. (2013). Building A Successful *Brand* By Using Social Networking Media. *Journal of Media and Communication Studies*, 5(6). 56-63, doi: 10.5897/JMCS2013. 0352.
- Wilcox, D. L. (2015). *Public Relations: Strategies and Tactics*. New York: Pearson.
- Wuryanta, AG E. W. (2004). Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 131-142.
- Yin, R. K. (2003). *Penelitian Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Yusuf, I. A. (2012). Problematika Infrastruktur dan Teknologi dalam Transisi dari Sistem Penyiaran Analog Menuju Digital. *Jurnal IPTEK-KOM Yogyakarta*, 14.