**DAFTAR PUSTAKA**

**(1) Buku Teks**

Fill, Christ (2009), *Marketing Communications: interactivity, communities and content,* Edisi 5, London: Prentice Hall.

Kotler, P., dan Armstrong, G (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, Rachmat (2006), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kumar, Arun, C.L. Tyagi (2005), *Advertising Management*, India: Atlantic Publisher.

Morissan (2010), *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu,* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nurfebiaraning (2017), *Manajemen Periklanan,* Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Pamungkas, Indra dan Novianto Adibayu (2016), *Imcology*, Yogyakarta: Depublish.

Sarwono, Sarlito W (2015), *Teori-Teori Psikologi Sosial*, Jakarta: Rajawali Pers.

Strelecky, David (2009), *Careers in Focus Advertising & Marketing Second Edition,* New York: Infobase Publishing.

Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.

Watono, dan Watono. 2011. *IMC That Sells.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

West, Richard dan Lynn H. Turner (2008), *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi Buku 2, Edisi 3,* Jakarta: Salemba Humanika.

**(2) Skripsi**

Yuni, Fera (2015), Skripsi: *Peran Account Executive dalam Membangun Kepercayaan Klien di Biro Iklan PT. Rizang Pariwara*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Bagus, Sadewo (2011), Skripsi: *Peranan Account Executive Memperoleh Klien Baru dan Mempertahankan Klien Lama di CV. Transclab Multimedia & Advertising*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Rahmanto, Devian Eko (2014), Skripsi: *Strategi Komunikasi Account Executive dan Media Planner OCTA Advertising*, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.