

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.
- Adhianti, A. A., & Herlinda, H. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. *Scriptura*, 10(1), 34-42. <https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/22344>.
- Ashari, A., Dharta, F. Y., & Arindawati, W. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kedai Kopi Kata Kita Bekasi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 7(1), 291-295. <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/view/4231>.
- Asiatun, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Program Talk Show Hitam Putih Di Trans 7. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 147-158. <https://www.jurnalumbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/499>.
- Azima, D. M., Suadnya, W., & Indiyati, D. (2022). Aplikasi Digital Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Madu Trigona Desa Salut Melalui PHP2D. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 16-27.
- Efendi, M. N., & Prasetyo, L. (2022). Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Peningkatan Potensipasar Rakyat Di Kota Madiun. *Muslim Heritage*, 7(1), 53-81. <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/muslimheritage/article/view/3926>.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. Pasuruan: Qiara Media, 3
- Ilmy, M. D. (2021). Implementasi Strategi Integrated Marketing Communication Gerai Kopi Di Masa Pandemi Covid-19. *The Commercium*, 4(01), 1-14. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/38427>.
- Handayanto, E. (2022). Word of mouth dan regulitas. Selaras Media Kreasindo.
- Imam, F. (2021). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Samsung Indonesia Dalam Mempromosikan Produk Telepon Cerdas. *Komunikata57*, 2(1), 1-9. <https://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/komunikata57/article/view/190>.
- Marentek, M., Supit, V., & Mandey, N. (2020). Komunikasi Pemasaran.
- Morissan. (2010). "Komunikasi Pemasaran Terpadu." Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mujib, M., & Nurvianti, M. A. (2022). Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Dana ZIS pada Lembaga Aamil Zakat di Era Covid-19. Al-

- Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(2), 432-447.
<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/683>.
- Novrian, A., & Rizki, M. F. (2021). Integrated Marketing Communication Kedai Sodare Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Medium*, 9(1), 81-91.
<https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/7444>.
- Octora, H., & Alvin, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Digital Pada Proses Penerimaan Mahasiswa Baru Untar. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 9(2), 261-270.
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/3098>.
- Ratnawuri, T., Pritandhari, M., & Damayanti, E. F. (2020). Analisis Strategi Integrated Marketing Communication Terhadap Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 8(2).
<https://ojs.fkip.ummetro.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/3318>.
- Ritonga, A. G., Pratiwi, G. S. A., & Islahiyah, H. (2022). Implementasi Integrated Marketing Communication dalam Membangun Brand Awareness Produk Fashion Erigo. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(2), 194-208.
- Sari, J. I., & Susilo, J. (2021). Strategi Bertahan Cafe Melalui Pendekatan Integrated Marketing Communication di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 117-130.
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1350>.
- Sujoko, A., Saleh, A. M., & Azzuhri, M. (2020). Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Q-Zulal Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. *Journal of Innovation and Applied Technology*, 6(1), 966-978.
<https://jiat.ub.ac.id/index.php/jiat/article/view/247>.
- Widyastuti, S. (2017). *Managemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: FEB-UP Press
- Yani, N., & Dwi, M. (2023). Pengaruh Integrated Marketing Communication (Imc), Brand Image, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Mois Fashion (Doctoral Dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).