

DAFTAR PUSTAKA

- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2 SE-Articles), 130–139.
- Andy, A., & Dharmayanti, D. (2016). Pengaruh Market Orientation terhadap Competitive Advantage dengan Integrated Marketing Communication dan Customer Engagement sebagai variable intervening pada Telkomsel di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(2), 1–9. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/4313>
- Azizah, N. 2018. " The Reinforcement of Certainty Perception on Social Media Advertisement: DualProcess Theory Perspective . *The International Journal of Applied Business*. 2/1. Pages: 50- 57
- Farida, S.N dan Azizah, N. 2019. Optimization of Corporate Branding Strategy in Higher Education As the Marketing Sustainability: Study at Universitas Pembangunan Nasional (UPN)'Veteran'Jawa Timur . *Journal of Economics and Business*. 3/2. Pages 910-918
- Clarista, Y., & Sinatra Wijaya, L. (2021). Analisis Strategi IMC Public Relations PT Asuransi Binagriya Upakara Semarang Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Di Masa Pandemi. *Public Relations Journal*, 2(1), 43–67.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. (2018). Teori dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu. Malang: UB Press
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Issue June).Pasuruan:CV.Penerbit Qiara Media
- Fraccastoro, S., Gabrielsson, M., & Pullins, E. B. (2021). The integrated use of social media, digital, and traditional communication tools in the B2B sales process of international SMEs. *International Business Review*, 30(4), 101776. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101776>
- Fill, C. (2002) *Marketing Communications: Contexts, Strategies and Applications*, 3rd edition. New York:Prentice Hall.
- Hadi, A. S. (2023). The role of integrated marketing communication , ecological knowledge and co-creation of value toward visitor satisfaction in the hotel industry. *Asian Management and Business Review*, V 3(1), 48–59. <https://doi.org/10.20885/AMBR.vol3.iss1.art5>
- Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategy Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. USA: Prentice Hall
- Kotler, Phillip. & Armstrong, Gary. (2001). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid 2) Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13.Jakarta. Erlangga

- Miles, M.B. dan A.M. Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang MetodeMetode Baru. Jakarta: UI Press.
- Munafi'atul Husna Rangkuti, Imsar, R. D. H. (2022). Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Multiguna Hasanah Di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Sudirman. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(Imc), 1349–1358.
- Nugroho, Adi. 2006. e-commerce: memahami perdagangan modern di dunia maya. Bandung:informatika Bandung.
- Norman K Denxin.,Yvonna S.Lincoln.2009. *Handbook of Qualitative Research*, Cetakan Pertama, Terjemahan, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pratiwi, R. M., Adnan, I. Z., Agustina, M., & Sanusi, P. (2022). Strategi Integrated Marketing Communication Pt Go-Jek Dalam Layanan Jasa Go-Food. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 7(1), 58–73.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (kedua). Bandung: Alfabeta.
- Rimayanti, R. (2019). Event Sponsorship Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Hydro Coco. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8 (2).
- Rista Viona Gustina. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Tutor Kampung Inggris Barito Dalam Menarik Siswa. Universitas Islam Riau.
- Sutisna. 2002. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Sulaksana, Uyung. (2003). *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- 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://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1350>
- Teguh, M., Niantiara, A., & Hartansa, A. (2020). Integrated Marketing Communication Pada Usaha Industrial Internet of Things - Machine Vision. *Jurnal Komunikatif*, 9(2), 191–213. <https://doi.org/10.33508/jk.v9i2.2689>