

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku, Jurnal dan Skripsi:

- Amin, M. A. S., & Priansah, P. (2019). Marketing Communication Strategy To Improve Tourism Potential. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social Sciences*, 2(4), 160–166. <https://doi.org/10.33258/birci.v2i4.575>
- Anjelin, C. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta. *eProceedings of Applied Science*, 3(2), 558–563. Diambil dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Anthonisz, S., & Perry, C. (2015). Effective marketing of high-rise luxury condominiums in a middle-income country like Sri Lanka. *Journal of Work-Applied Management*, 7(1), 61–83. <https://doi.org/10.1108/jwam-10-2015-002>
- Bayu Bharotodiasto. (2017). Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Pada Minat Menggunakan Layanan Kembali (Survei Pada Konsumen Itpc Busan, Korea Selatan). Diambil dari <https://ejournal.upi.edu/>
- Cangara, H. (2000). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=dKqAtQEACAAJ>
- Dewantara, R. A. (2020). Analisis Pemasaran Media Sosial Pada Hotel Unpad Training Center (Utc) Bandung 2020, 2020. Diambil dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Dianawati, E. (2020). Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran Wisata Srambang Park Ngawi sebagai Icon Pariwisata Kabupaten Ngawi, 2020. Diambil dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/156758>
- Diputri, T. A., Diputri, T. A., Komunikasi, A., Syariah, H., Noor, H. M., Si, M., ... Saldana, J. (2016). Analisis Komunikasi Pemasaran Hotel Grand Sawit Samarinda Dalam Memasarkan Konsep Hotel Syariah, 4(4), 226–239. Diambil dari <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/>
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. E. M. M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=ZHrtDwAAQBAJ>
- Endraswara, S. (2006). *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta:

- Pustaka Widyatama. Diambil dari
<https://books.google.co.id/books?id=d27VDw5TbF0C>
- García, J. A. C., Galindo, A. D. V., & Suárez, R. M. (2018). The effect of online and offline experiential marketing on brand equity in the hotel sector. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(1), 22–41. <https://doi.org/10.1108/SJME-03-2018-003>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=eMZRYgEACAAJ>
- Luthfiah, M. F. (2018). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher). Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=UVRtDwAAQBAJ>
- Mita Lestari, Joko Widodo, M. Z. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Gallery Batik Sisikmelik Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. Diambil dari <https://jurnal.unej.ac.id/>
- Mkwizu, K. H. (2019). Digital marketing and tourism: opportunities for Africa. *International Hospitality Review*, 34(1), 5–12. <https://doi.org/10.1108/ihr-09-2019-0015>
- Mukhtazar, M. P. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=iHHwDwAAQBAJ>
- Pamungkas, I. N. A. (2018). *Integrated Marketing Communication 7.0*. Bandung: Megatama.
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (S. S. Adi Maulana, S.E., Yayat Sri Hayati, Ed.) (Jilid 2). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ>
- Putri, A. V. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffe Shop Kopi Tuli, 2019. Diambil dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Rachmat Kriyantono, S. S. M. S. (2006). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=gI9ADwAAQBAJ>
- Sherly Margaretha, Widayatmoko, M. A. P. (2012). Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Cubes Consulting dalam Membangun Brand Association. *Jurnal Studi Sosial dan Politik*, 2(1), 44–55. <https://doi.org/10.19109/jssp.v2i1.4046>

- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran, Konsep Memenangkan Persaingan Bisnis dan Menakar Keberhasilan Strategi Menarik 71 Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tengku Firli Musfar, S. E. M. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=CZUDEAAAQBAJ>
- Vini Anggraini Ayu Lutfiah. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu PT Pos Indonesia Dalam Memasarkan Prangko Seri Dilan 1990, *42*(1), 1–10. Diambil dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Wardaya, M. (2016). Marketing Communication Strategy Through Social Media To Increase Children Book Sales. *The Winners*, *17*(2), 155. <https://doi.org/10.21512/tw.v17i2.1975>
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=QkBm4nO27r0C>
- Wita, P. L. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Yoichiz. Diambil dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>

Sumber Internet:

- <https://www.detik.com/tag/pertumbuhan-ekonomi>, diakses pada tanggal 8 November
Diambil dari pukul 01.38 WIB
- <https://nasional.kompas.com/>, diakses pada tanggal 8 November pukul 23.30 WIB
- <https://www.bps.go.id/>, diakses pada 8 November 2020 pukul 02.24
- <https://sumbar.antaranews.com/>, diakses pada tanggal 11 November 2020 pukul 00.58
WIB
- <https://www.booking.com/>, diakses pada tanggal 11 November 2020 pukul 03.58 WIB