

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Andhini, N. F. (2017). Metodologi, Subjek, Dan Objek Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Anjelin, C. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BANDUNG MAKUTA CAKE DENGAN MENGGUNAKAN IMC MODEL DWI SAPTA. *Marketing Communication*.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media (ed.); Cetakan Pe). Qiara Media.
- Fithriyah, N. (2021). Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada M Bloc Space Sebagai Creative Hub Di Jakarta. *Marketing Communication*.
- Kirana, C. A. (2019). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU “LEMOSPIRÉS BATIK” DALAM MENARIK MINAT PEMBELIAN KONSUMEN. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 1–16. <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & Y. S. Hayati (eds.); Jilid 1). Penerbit Erlangga.
- Kusniadji, S. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*. 8, 83–98.
- Kusumasari, R. N., & Afrilia, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu J & C Cookies Bandung Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 97–103. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/article/view/209/153>
- Latifah, V. A. A. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PT POS INDONESIA DALAM MEMASARKAN PRANGKO SERI DILAN 1990. *Marketing Komunikasi*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/157337/slug/strategi-komunikasi-pemasaran-terpadu-pt-pos-indonesia-dalam-memasarkan-prangko-seri-dilan-1990.html>
- Mihaela, O. O. E. (2015). The Influence of the Integrated Marketing Communication on the Consumer Buying Behaviour. *Procedia Economics and Finance*, 23(October 2014), 1446–1450. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00446-3](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00446-3)
- Mkwizu, K. H. (2020). Digital marketing and tourism: opportunities for Africa. *International Hospitality Review*, 34(1), 5–12. <https://doi.org/10.1108/ihr-09-2019-0015>
- Mulyana, P. D. (2014). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar* (Cetakan ke). PT. Remaja Rosdakarya.
- Naziah, W. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Mempromosikan Syariah Hospitality SofyanInn Hotel Unisi Yogyakarta dan Hotel Adilla Syariah Yogyakarta. *Ilmu Komunikasi*. [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/6237/Wildatun Naziah %2814321168%29 - Skripsi.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/6237/Wildatun%20Naziah%202814321168%29%20-%20Skripsi.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Novalia. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PRODUK ARGEVILLE*. 5(1), 1–9.
- Novia Antika. (2021). Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran Terpadu Fave Hotel

- Olo Padang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Marketing Communication*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu : pada era media sosial* (Tim Redaksi Pustaka Setia (ed.); Cetakan 1). CV Pustaka Setia.
- Sembiring, J. P. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung. *Jurnal Simbolika*, 2(1), 1–22.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (N. Mahanani (ed.); jilid 1). Penerbit Erlangga.
- Soeyono, D. (2018). Legenda Ki Ageng Minak Sopal. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95–107.
- Sugiono, P. D. (2019). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, cv.
- Vitri, N. T. (2014). Integrated Marketing Communication dalam Meningkatkan jumlah Pengunjung Candi Prambanan. *Ilmu Komunikasi*.
- Wardaya, M. (2016). Marketing Communication Strategy Through Social Media To Increase Children Book Sales. *The Winners*, 17(2), 155–163. <https://doi.org/10.21512/tw.v17i2.1975>
- Watono, A. A., & Watono, M. C. (2011). *Integreted Marketing Communication : that Sells* (Cetakan Pe). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wita, P. L. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU YOICHIZ*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/143095/slug/strategi-komunikasi-pemasaran-terpadu-yoichiz.html>