**DAFTAR PUSTAKA**

Abdurrahman, H. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran.* Bandung: CV Pustaka Setia.

Anjelin, C., & Istia, I. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake Dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta. *Komunikasi, Volume 9, Nomor 1, April 2018*, 30.

Asiatun, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Program TalkShow Hitam Putih Di Trans 7. *Ilmu komunikasi, Volume 3, No 1, Febuari 2020, hlm 147-158*, 12.

Belch, G., & Belch, M. (2009). *Adverstising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perpective.* New York.

Buchari, S. (2010). *Analogi Kajian Islam.* Jakarta: Gema Insani.

Febriani, N. S., & Dewi, W. W. (2018). *Teori dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Malang: UB Press.

Isnaini, S. (2018). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu sebagai Penyampai Pesan Promosi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia. *Masyarakat Kebudayaan dan Politik, Volume 4, 2018*, 9.

Kennedy, J. E. (2006). *Marketing Communication.* Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer. kotler, p. d. (2007). *Manajemen Pemasaran* (kedua belas ed.). Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Philip. (1985). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta : CV. Intermedia.

Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prehallindo.

Landra, S., & Abhirama. (2017). Integrated Marketing Communication Strategies : A Case Of Telkomsel As The Best Mobile Operator In Indonesia.

Lestari, N. T., & Sirine, H. (2019). Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Ekuitas Merek Gojek Indonesia Cabang Yogyakarta. *Bisnis dan Manajemen, Volume 9(1), 2019*, 8.

Morissan. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Prenada Media Group. Noor, H. F. (2013). *Ekonomi Manajerial.* Jakarta: Rajawali Pers.

Novalia. (2020). Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Argeville. *Akrab Juara, Volume 5, Nomor 3, Agustus 2020*, 17.

Nugroho, H. S. (2022). Penerapan Strategi IMC Syariah hotel solo. 8 no. 1.

Nuhidayat, F. (2015). Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Berbasis Syariah Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus PT Wiyati Developer Mandiri Pada Perumahan Sambibulu Regency di Sdoarjo).

Prasetyo, B. D. (2013). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru).* Malang: UB Press.

Prayitno, S., & Harjanto, R. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu.* PT Raja Grafindo Persada.

Rahardi, K. P. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (StudiDeskriptif Kualitatif Mengenai Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu Kafe GULO JOWO Di Kota Solo). 29.

Saleh, G. (2018). Strategi Membangun Media Daring Melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu (Studi Kasus Pada Bertuahpos.com). *Jurnal komunikasi, Volume 2, Nomor 2, April 2018*, 12.

Sandra Moriarty, N. M. (2015). *Advertising.* Jakarta: Paramedia Group. Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi.* Jakarta: Erlangga.

Sukoco, M. H. (2016). Pengaruh Pemasaran Event Marketing Terhadap Citra Merk Minuman Isotonik Mizonedi Surabaya.

Terence, A. S. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Erlangga.

Widyaningrum, S. T. (2012). Analisis Ekuitas Merek (Brand Equity) Melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada PT. Nasmoco Majapahit Semarang. *Administrasi bisnis, Volume 1, No 1, September 2012*, 7.

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Depok