

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdussamad, Z. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. CV. Syakir Media Press
- Effendy, Onong Uchyana. 2015. Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu. Universitas Brawijaya Press.
- Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi Pemasaran. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Mulyana, Deddy. 2013. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pamungkas, I. N. A. (2018). Integrated Marketing Communication 4.0. Penerbit Megatama.
- Romli, Khomsahrial. 2016. KOMUNIKASI MASSA. Jakarta: PT Grasindo.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung Alfabet.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, & Strategi. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Vera, Nawiroh. (2016). Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia.

JURNAL

- Amin, M., & Priansah, P. (2019). Marketing communication strategy to improve tourism potential. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 2(4), 160-166.
- Dzulfairda, M. (2021). KECENDERUNGAN PENEMPATAN IKLAN PRODUK PADA TAYANGAN HIBURAN DAN INFORMATIF DI TELEVISI SIARAN NASIONAL.
- Ekalista, P., & Hardianto, W. T. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Kartika Graha Malang Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. Jurnal Komunikasi Nusantara, 1(1), 20-26.
- Endri, E. P., & Prasetyo, K. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Kawa Daun Tanah Datar dalam Membangun Brand Awareness. Jurnal Audiens, 2(1), 134-142.
- Haryati. (2013). TELEVISI LOKAL DALAM REPRESENTASI IDENTITAS BUDAYA. Jurnal Kominfo.
- Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2017). Characteristic of qualitative descriptive studies: A systematic review. Research in Nursing & Health, 40, 23-42.
- Mihaela, O. O. E. (2015). The influence of the integrated marketing communication on the consumer buying behaviour. Procedia Economics and Finance, 23, 1446-1450.
- Nandy, N. C. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara dalam Menarik Minat Pemasang Iklan: Strategi Komunikasi Pemasaran Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara dalam Menarik Minat Pemasang Iklan. Jurnal Komunikasi Korporasi dan Media (JASIMA), 1(2), 128-147.
- Olla, Y. S., & Yasak, E. M. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RRI MALANG DALAM PENINGKATAN JUMLAH PENGIKLAN. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 7(1).

- Primasti, D., & Diahloka, C. (2015). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GAJAYANA TV DALAM Mendapatkan Pengiklan Komersial. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(2).
- Putri, A. L. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran CV. AbankIrenk Yogyakarta Dalam Meningkatkan Penjualan Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 9(2), 63-72.
- Rachmawati, M. A., & Afifi, S. (2022). The integrated marketing communication in digital environment: a case study of local radio in Yogyakarta. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 14(2), 105-119.
- Rachmawati, T. (2017). *Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif*. UNPAR Press. Bandung.
- Rivandi, R. (2021). Integrated Marketing Communication And Coffee Shop Consumer Purchase Decision In Surakarta City. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2).
- Rofiq, A. (2013). Pengaruh Penerapan Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Kartu Perdana Im3 Di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2012) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Wardaya, M. (2016). Marketing communication strategy through social media to increase children book sales.
- Arifin, S., Suharyono, S., & Wilopo, W. (2013). *Pengaruh Perceived Price Dan Perceived Value Pada Produk Bundling Terhadap Minat Beli (Sebuah Survei Tentang Minat Beli Perangkat Komunikasi Pada Mahasiswa)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

INTERNET

- (2021). Migrasi Ke TV Digital Dorong Berbagai Infrastruktur. <https://siarandigital.kominfo.go.id>. 7 Juli 2021. Diakses pada 11 November 2022. <https://siarandigital.kominfo.go.id/berita/migrasi-ke-tv-digital-dorong-berbagai-infrastruktur>
- Indonesia Data. (2022). Mengenal Istilah SES. <https://indonesiadata.id>. 15 Maret 2022. Diakses pada 24 November 2022. <https://indonesiadata.id/mengenal-istilah-ses-atau-status-sosial-ekonomi/>
- Muslim, Abdul. (2022). Punya Banyak Kelebihan, TV Digital Menguntungkan Masyarakat. <https://investor.id>. 28 April 2022. Diakses pada 23 November 2022. <https://investor.id/it-and-telecommunication/292249/punya-banyak-kelebihan-tv-digital-menguntungkan-masyarakat>