

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. . (2015) *Manajemen Komunikas: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ahmadi, R. (2014) *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Alo, L. (2011) *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Amirullah (2015) *Manajemen Strategi: Teori - Konsep - Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Atwari, B & Widjajanto, K. (2013) *Perencanaan Komunikasi Konsep & Aplikasi*. Bandung.
- Burhan, B. (2007) *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Csikósová, A., Antošová, M. and Čulková, K. (2014) ‘Strategy in Direct and Interactive Marketing and Integrated Marketing Communications’, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, pp. 1615–1619. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.01.444.
- Fariz, Y. R. (2017) ‘Strategi Komunikasi Pemasaran Media Kampus Bandung dalam Mempromosikan Smile Motion 2016 melalui Media Sosial Instagram’, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Herdiansyah, H. (2012) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hermawan, A. (2012) *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P.& Keller, K. I. (2012) *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. 12th edn. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2008) *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumaningayu Putri, L. (2014) ‘Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Reposisi pada CV. Khatulistiwa International Cargo’, *unair*.
- Maharani, S. (2018) *Fenomena ‘Demam’ Coffee shop di Indonesia*. Available at: <https://kumparan.com/@kumparanfood/fenomena-mewabahnya-demam-coffee-shop-di-indonesia> (Accessed: 25 February 2019).
- Margareta, S. (2016) *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Toffe Surabaya dalam Upaya Menarik Minat Konsumen*. Widya Mandala Catholic University Surabaya.
- Marlina, V. (2016) *Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (Integrated Marketing Communication) Pada Produk Pembiayaan di Bank Madina Syariah Yogyakarta*. Universitas Islam Negeri.
- Moleong, L. (2011) *Metodologi penelitian Kualitatif edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2003) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nilasari, S. (2014) *Manajemen Stratgi itu Gampang*. Cipayung: Dunia Cerdas.
- Pickton, D. & B. A. (2005) *Integrated Marketing Communication 2nd ed*. England:

Pearson Education Limited.

Porcu, L. *et al.* (2019) 'Analyzing the influence of firm-wide integrated marketing communication on market performance in the hospitality industry', *International Journal of Hospitality Management*. Elsevier, 80(November 2017), pp. 13–24. doi: 10.1016/j.ijhm.2019.01.008.

Pratiwi, S. R., Dida, S. and Sjafirah, N. A. (2018) 'Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung', *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), p. 78. doi: 10.24198/jkk.v6i1.12985.

Priansa, D. J. (2017) *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jawa Barat: CV Pustaka Setia.

Ramadani, M. (2015) 'Strategi Komunikasi Pemasaran Wow Catering Pekanbaru dalam Membangun Brand Image', *Jurnal Online Mahasiswa Universitas Riau*.

Rangkuti, F. (2002) *Measuring customer satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.

Rismayanti, R. (2017) 'Integrated Marketing Communications (IMC) di PT Halo Rumah Bernyanyi', *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(2), p. 253. doi: 10.24002/jik.v13i2.835.

Salim, A. (2006) *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Sembiring, J. P. (2016) 'Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung', *Jurnal Simbolika*, 2(1), pp. 1–22.

Shalicha, F. (2017) 'STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BELLA QUARTA (Studi Deskriptif Kualitatif Kegiatan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu untuk mempertahankan Loyalitas pada Pelanggan)'.

Shimp, T. A. (2003) *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono (2009) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2015) *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sulaksana, U. (2005) *Intergrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sulaksana, U. (2010) *Integrated Marketing Communication : Teks dan Kasus*. Bandung: Pustaka Pelajar.

Suryanto (2015) *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Umbreen, U. (2016) 'Impact of Integrated Marketing Communication on Tourism Marketing', 11(January), pp. 25–40.

Vitri Tiya, N. (2014) *Integrated Marketing Communication dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Candi Prambanan*. Universitas Islam Negeri. Available at: [http://digilib.uin-suka.ac.id/13724/1/BAB I%2C IV%2C DAFTAR PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/13724/1/BAB%20IV%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf).

Wahid, T. (2018) *Pesan Kesetaraan dari Koptu (Kopi Tuli)*. Available at: <http://www.cikopi.com/2018/12/pesan-kesetaraan-dari-koptul-kopi-tuli/> (Accessed:

19 February 2019).

Watono, A, Adji & Watono, Maya, C. (2011) *IMC That Sells*. Jakarta: PT Gramedia.

West, T. (2012) *Pengantar Teori Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Wijayani, S. (2016) 'Pentingnya Engagement Marketing Bagi Merek _ Marketeers - Majalah Bisnis & Marketing Online - Marketeers', *Marketeers*. Available at: <https://marketeers.com/pentingnya-engagement-marketing-bagi-merek/>.

Wita Lisa, P. (2018) *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Yoichiz*. Telkom University.

Yafi, M. A. (2018) *Strategi Komunikasi Pemasaran Kredit Mantap Pensiun di PT. Bank Mandiri Taspen*. Telkom University.

Zuhri, A. (2015) *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Brand Awareness Konsumen (Studi Deskriptif Kualitatif pada Rumah Saya Jogja Cafe)*. Universitas Islam Negeri.