

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2017). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Abdillah, R. (2022). *Manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Baper Pekanbaru*. 1(1).
- Arndt, J. (1967). Role of Product-Related Conversations in the Diffusion of a New Product. *Journal of Marketing Research*, 4(3), 291. <https://doi.org/10.2307/3149462>
- Asiatun, S. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PROGRAM TALK SHOW HITAM PUTIH DI TRANS 7. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 147–158. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.499>
- Belch, G. E., & Belch, , M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Berger, J. (2013). *Contagious: Why Things Catch On*. Simon & Schuster.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Duncan, T. (2005). *Principles of advertising and IMC* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of Business Research*, 70, 118–126. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.05.001>
- Handayani, M., Purnawan, N. L. R., & Pascarani, N. N. D. (n.d.). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Mata Najwa On Stage 2016 Dalam Meningkatkan Jumlah Khalayak* (Studi Pada).
- Juariyah, & Sungkar, A. S. (2023). *Komunikasi Pemasaran Batik Tie Dye Jember Dalam Meningkatkan Produk Lokal*. Jember: UM Jember Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Keller, K. L. (2009). Building Strong Brands in a Modern Marketing Communications Environment. *Journal of Marketing Communications*.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing communication : taktik dan strategi*. Bhuana Ilmu Populer.
- Kontrol. Jakarta: Jakarta Prenhallindo.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*

- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing management* (4th European edition). Pearson.
- Leksono, S. (2013). *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., Iqbal, H. K., Riaz, U., Hassan, N. u., Mustafa, M., & Shahbaz, S. (2013). Importance of *Brand awareness* and Brand Loyalty in assessing Purchase Intentions of Consumer. *International Journal of Business and Social Science*, 168.
- Morissan, M. (2013). *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun *Brand awareness*. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Pambudi, B. S., & Suyono, S. (2020). DIGITAL MARKETING AS AN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* STRATEGY IN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDesa) IN EAST JAVA. *Competence: Journal of Management Studies*, 13(2), 121–151. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v13i2.6829>
- Silviani, D. I., & Priadi, D. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN TEKNIK INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi Dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulaksana, U. (2003). *Integrated marketing communications: Teks dan kasus* (Cet. 1). Pustaka Pelajar.
- Sutisna, & Rakhmat, M. F. (2001). *Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya.
- Tasikmalaya, B. K. (2023). *Produk Domestik Regional Bruto Kota Tasikmalaya Menurut Lapangan Usaha 2018–2022*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya: <https://tasikmalayakota.bps.go.id>
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Triyono, A. (2021). Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.

Trusov, M. B., & Pauwels, K. (n.d.). Effects of Word-of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site. *Journal of Marketing*.

Walgito, B. (2004). Pengantar Psikologi Umum. Jakarta: Andi.

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). TIPE PENELITIAN DESKRIPSI DALAM ILMU KOMUNIKASI. *Jurnal Diakom*, 87.

