

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, D. (2014). *Aaker On Branding. 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.*
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran. In Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar (Vol. 6, Issue August).*
- Durianto, D. (2004). *Brand equity ten strategi memimpin pasar.* Gramedia Pustaka Utama.
- Hardani. (2020). *Pengembangan Hipotesis.* 2507(February), 1–9.
- Kamaluddin, 2018. (2018). *Adbis Terbaruu Maxmanroe 25. Pengertian Administrasi Bisnis,* 9–30.
- Sugiyono, D. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta,* 33.
- Warsono, H., Astuti, R. S., & Marom, A. (2019). *Buku Ajar Teori Administrasi. Ilmu Administrasi Dan Ilmu Administrasi Negara, Surabaya: Erlangga.*

Skripsi

- Darmawangsa, A. A. B., & Ardani, I. G. A. K. S. (2015). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.* Udayana University.
- Karina Auliyah Amri. (2022). *Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Brand Equity (Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan).* Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Khasanah, I. (2019). *Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Brand Equity (Studi Pada Pt. Bri Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung).* UIN Raden Intan Lampung.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru.* Universitas Brawijaya Press.
- Situmorang, S. (2018). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Hotel Dyan Graha*

Pekanbaru).

- Taqwa, D. M., & Hardiyansyah. (2020). Analisis Ekuitas Merek Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Moda Ojek Online “Grab.” *Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 01(08), 20–27.
- Vipta Nur Riza. (2015). *Pengaruh Integrated Marketing Communication terhadap Brand Equity pada Produk Sampoerna Mild PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. SKM mild*, 6.
- Yolanda, P. (2022). *Pengaruh Integrated Marketing Communication dan Brand Equity terhadap Loyalitas Nasabah pada Tabungan PT Bprs Puduarta Insani Tembung*. Universitas Medan Area.

Jurnal

- Marliani, L. (2018). Definisi Administrasi Dalam Berbagai Sudut Pandang. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Galuh*, 5(4), 17–18.
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/dinamika/article/view/1743/1407>
- Mizan Danar Jati Winarko. (2018). *PENGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) TERHADAP BRAND EQUITY (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARI’AH BANGUN DRAJAT WARGA)*. *Imc*, 1–23.
- Nukak, S. R., Soepeno, D., & Loindong, S. S. R. (2024). the Influence of Brand Equity and Service Quality on the Purchase Decision of Xiaomi Smartphone Products By Feb Unsrat Students. *Jurnal EMBA*, 12(01), 185–194.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity: brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
- Pritandhari, M., Stats, S. M., & Riani, A. L. (2014). Strategi Integrated Marketing Communication (Imc) Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota Bmt Amanah Ummah Sukoharjo. *Jurnal Pendidikan Insan Mandiri*, 1(2), 13875.
- Rida Ayu Pratiwi, & Syaiful Syaiful. (2024). Pengaruh Independensi, Kompetensi Dan Tekanan Waktu Terhadap Kualitas Audit. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 34–44. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.1978>
- Sulaeman, M., & Kusnandar, H. F. (2020). Integrated marketing communication

model in shaping brand equity and business performance in the creative industries of embroidery sector. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(4), 3798–3805.