

DAFTAR PUSTAKA

- Adhipramana, Bachtiar, L. (2025). *Pengaruh Integrated Marketing Communication Dalam Meningkatkan Brand Awareness Infinite Learning*. 4(5), 425–433.
- Aisyah, S. N., Wisudawanto, R., & Azis, H. (2024). *Penerapan IMC (Integrated Marketing Communications) oleh Pemerintahan Kabupaten Sukoharjo pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023 Universitas Sahid Surakarta*. 4.
- Anismar, Akmal, S., & Radma. (2025). Marketing Tourism Based Community Based Tourism (Cbt) In Aceh Selatan. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 11(1), 34–46. <https://doi.org/10.29103/jsds.v>
- Dewi, N. P. S., Ambulani, N., Tiong, P., Nurhayati, Dewi, R. D. L. P., Susanti, R. D., Ohorella, N. R., Ruddin, I., & Utomo, S. B. (2023). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Yayasan Literasi Sains Indonesia.
- Damberg, S., Schwaiger, M., & Ringle, C. M. (2022). *What ' s important for relationship management ? The mediating roles of relational trust and satisfaction for loyalty of cooperative banks ' customers*. *Journal of Marketing Analytics*, 10(1), 3–18. <https://doi.org/10.1057/s41270-021-00147-2>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). *Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions*. *International Journal of Information Management*, 59(July 2020), 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Erlina, A., Solin, B., & Rasyid, A. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran UD Mitra Taman Jalan Lapangan Golf Tuntungan II Kecamatan Pancur Batu dalam Meningkatkan Minat Konsumen Abstrak*. 5(2), 1713–1725.
- Estaswara, H., & Said, M. (2024). *Literature Review Definition of Integrated Marketing Communication (IMC) in Indonesian Journals (2019-2022)*. 07(10), 4846–4857. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v7-i10-33>
- Fikri, M. H., & Sahdandi, S. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sepatu*. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 7–11.

- Fikriansyah, & Christantyawati, N. (2024). *Komunikasi pemasaran terhadap minat beli konsumen*. 6, 31–40.
- Febrina, R. I., Pratiwi, R. M., Studi, P., Komunikasi, I., & Garut, U. (2024). *Analisis strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk di PT Tama Cokelat Indonesia*. 10(2).
- Gabrielzya & Yulhaidir. (2023). *Model strategi komunikasi pemasaran citraland tallasa city Makassar*. 16(1), 52–63.
- Hapsari, Y. (2022). *Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan pelayanan auto ritz baubau*. 3, 91–97.
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. UMSIDA Press.
- Hasan, G., Kristia, E., Fatonah, S., Sopyan, S., & Yan, C. C. (2023). *Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Pada Umkm Dobakes (Implementation Of Integrated Marketing Communications (IMC) In Dobakes Umkm)*. Imc, 175–186.
- Larasati, A., Roring, F. P., & Rachmadany, L. (2025). *Peran Komunikasi Terpadu dalam Membangun Loyalitas Konsumen*. 4(9), 3437–3442.
- Lubis, A., Effendi, I., Mardohot, R., Gabrela, K., & Rohani, N. (2025). *Strategi Komunikasi Bisnis Sebagai Faktor Pendorong Minat Beli Konsumen : Studi Kasus Toko Twins Angels*. 14(1), 21–36.
<https://doi.org/10.52859/jbm.v14i1.805>
- Maulizar, Subhani, Kamaruddin, & Muchlis. (2024). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Produk Pakaian*. 2(2), 574–585.
- Marhamah. (2025). *Komunikasi Pemasaran Secara Langsung Dan Digital Ubi Madu Celembu Kang Dhani Dalam Menarik Minat Beli Masyarakat Di Kota Lhokseumawe*.
- Natsir, M., Rasul, N., & Khair, A. U. (2022). *Analisis pengaruh unsur-unsur komunikasi terhadap brand awareness pada media marketing YOUTUBE JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 6(2), 1315–1335.
- Pitoyo, A. A., & Marlien, R. A. (2023). *Factors Affecting Purchase Intention With Brand Awareness As Intervening Variables Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening*. 4(6).

- Ramadhan, M. P., Hariyanto, F., & Kusumaningrum, R. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Kopi Rukun Warga*. 4(4), 593–596.
- Rambe, J. H. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Bank Syariah Indonesia dengan Nasabah Non Muslim : Pendekatan Integrated Marketing Communication (Studi Kasus : BSI KCP Cemara Asri)*. 01(4), 424–429.
- Rahmawati, R. (2022). *Strategic Use of Direct and Online Marketing to Enhance Customer Retention*. 6(1), 43–54.
- Rehman, S., Gulzar, R., & Aslam, W. (2022). *Developing the Integrated Marketing Communication (IMC) through Social Media (SM) : The Modern Marketing Communication Approach*.
<https://doi.org/10.1177/21582440221099936>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2, cetakan ke-5)*. Alfabeta.
- Supriyanto, I., & Emeilia, R. I. (2024). *Implementasi Personal Selling Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Brand Image Greenpro*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 02(02), 192–198.
- Triyono, A. (2021). *Metode penelitian komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Thomas, A., & Oktavianti, R. (2021). *Komunikasi Eksternal Marketing Public Relations dalam Membangun Citra Positif Perusahaan (Studi Kasus pada PT Sasa Inti)*. 5(2), 362–368.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer behavior in the digital era 4.0 – Edisi Indonesia*. Eureka Media Aksara.
- Widiantara, I. M., Manarfa, L. O. M. R. A., Laksono, R. D., Hadikusumo, R. A., Krisdianto, N. M. D., Anisah, H. U., Januru, L., Sondakh, T. H. A. G., & Adika, D. (2025). *Ilmu Komunikasi*. Akiopedia Press.
- Xiyuan, C., & Jiahao, F. (2024). Don Schultz : *Integrated Marketing Communication Theory and the Internationalization Path of Chinese Enterprises*. *Journal of Applied Economics and Policy Studies*, 8(August), 26–28. <https://doi.org/10.54254/2977-5701/8/2024081>
- Yulsa, N. S., Putri, S. A., Terbuka, U., & Info, A. (2025). *Implementasi Brand guidelines Cove dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi*. 1(2), 79–95.

Zahari, Simahara, V., Puspasari, C., & Arifin, A. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Nita Bangkok Kabupaten Aceh Tengah Dalam Mengembangkan Citra Positif. *Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(6), 10281–10294