

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia. (2013). *SEJARAH HENNA dan TENTANG HENNA MEHENDI*. <https://anastasiabodypaintinghenna.wordpress.com/2013/05/23/tentang-henna-dan-sejarah-henna/>
- Aurelia, A. V., & Hidayat, A. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus di PT Haruman Multi Artha). *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, Vol.1 No.5, 346–360.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Konsumenan Melalui Shopee). *Responsive*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.24198/responsive.v5i1.39338>
- Firmansyah, M. A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN* (Cetakan Pe). Cv. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Jilid II). Penerbit Erlangga.
- Marshus, S., Mulyasih, R., & Pitasari, D. N. (2022). PENGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS (IMC) TERHADAP MINAT TOP UP SALDO PENGGUNA OVO DI MALL OF SERANG. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, Vol. 1 No.
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: KENCANA.
- Naue, A. S., Kalangi, J. A. ., & Mukuan, D. D. S. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Aplikasi Spotify (Studi Kasus pada Konsumen Spotify di Kota Manado). *Productivity*, Vol. 2 No. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/33531/31732>
- Prastyo, D. (n.d.). *KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU OMAH NENEK CAFE DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN*. <http://repository.untag-sby.ac.id/700/9/JURNAL.pdf>
- Rachmasari, F. (2020). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Minat Nasabah Perbankan Syariah* (pp. 27–28).
- Raldianingrat, W., & Fitria, F. (2022). Pengaruh Marketing Mix Dan Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industry Donat Kentang Madona Di Kecamatan Unaaha. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 10(1), 82–96. <https://doi.org/10.24127/pro.v10i1.5414>
- Rachmasari, F. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Minat*

Nasabah Perbankan Syariah Pada Bank BJB Syariah Tangerang Selatan (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

- Salim, H. S., & Goh, T. S. E. M. (2022). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMENAN DI PT. FURNILUX INDONESIA. *Jurnal Bisnis Kolega, Vol. 8 No.*
- Siviani, I., & Darus, P. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN TEKNIK INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC)* (I. Silviani (ed.)). Scopindo Media Pustaka.
- Stansyah, M. R., Tegar, M., A.P, S. S., & Choirunnisa, R. (2023). analisis pengaruh minat beli konsumen terhadap konsumenan makanan dan minuman melalui aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 11 No 1.*
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., & Cahyani, R. (2022). Determinasi Keputusan Konsumenan Melalui Minat Beli: Kualitas Produk Dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 3(3), 302-315.*
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*, Bandung: PT. Alfabeta
- Walujan, G. I., Mandey, S. L., & Samadi, R. L. (2023). the Effect of Integrated Marketing Communications on Purchase Intentions for Indosat Products in Society Tulap Village, Kombi District. *Jurnal EMBA, 11(4), 580–589.*
- Wardhan, A. P. K., & Rahardjo, B. (2020). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP EKUITAS MEREK COFFEE SHOP JANJI JIWA di MAGELANG. *Journal of March Management Research, 3(1), 24–33.*