

DAFTAR PUSTAKA

- Agil, E., Yusuf, R., & Hasan, R. N. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Shukaku Di Kota Garut. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran (JUMPER)*, 2(1), 109–119. <https://doi.org/10.51771/jumper.v2i1.558>
- Aisyah, S. N., Wisudawanto, R., & Azis, H. (2024). Penerapan IMC (Integrated Marketing Communications) oleh Pemerintahan Kabupaten Sukoharjo pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 61–74. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1219>
- Al-Munawarah, S. Z., Salam, & Usman. (2024). Penerapan Model Komunikasi Schramm Pada Pembelajaran Teks Berita Kelas VII di SMP Islam Bungoro. *Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia, Volume*, 4.
- Ardhya, B. N. (2019). Pengaruh Promo terhadap Minat Beli Konsumen (Study Pada Promosi, Cashback dan Diskon terhadap Minat Beli Konsumen di Restaurant Mister Baso di Mall CBD Cileduk). *Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 3(3), 128–140. <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/indikator>
- Basnet, S. D., & Auliya, A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(1), 18–31. <https://doi.org/10.36594/jtec/gp940703>
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (3rd ed). PT Rajagrafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications Asia-Pacific Pte. Ltd.
- Dewi, M., & Runyke, M. (2013). Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 79–90.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ekowati, S. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Survey Pada Followers @Seiko Watches Indonesia). *Jurnal Sosial Dan Humaniora (Ikra-Ith Humaniora)*, 4(3), 256.
- Fadila, R. N., Rahma, M. A., Trisnawati, T., Fitri, H., Astuti, W., Ahmad, R. H., Fuadin, R. F., Pinaring, Barokah, R., & Fisya'bani, F. (2024). Media, Komunikasi dan Jurnalistik di Era Digital: Teori, Praktik, dan Tantangan Masa Depan. In *PT. Penerbit Qriset Indonesia* (1st ed.). PT. Penerbit Qriset Indonesia.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (1st ed., Vol. 6, Issue August). CV. Penerbit Qiara Media.
- Flick, U. (2009). *An introduction to qualitative research*. Sage Publications.
- Hasna, A., Afidah, R., Makwa, J., Najmullah, A., Nafidza Hasanah, S., Putri Simamora, H., Arsalan, R., Faruq Karsita, M., & Alfirah Siregar, A. (2025). Perkembangan Keagamaan Pada Remaja Remaja. *Januari*, 849–853. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v3i1.1329>
- Keller, K. L. (2001). *Building Customer-Based Brand Equity: A Blueprint for Creating Strong Brands*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *A Framework For Marketing Management* (6th ed.). Pearson India Education Services Pvt. Ltd.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016b). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Kumala, F. O. N., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11196>
- Lasswell, H. D. (2007). *The Structure and Function of Communication in Society*.
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 97–112. <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/jps>
- Mere, K., Puspitasari, D., Asir, M., Rahayu, B., & Mas'ud, M. I. (2024). Peran Konten Interaktif dalam Membangun Keterlibatan Konsumen dan Memperkuat Kesetiaan Merek: Tinjauan pada Platform Media Sosial dan Situs Web Perusahaan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 5455–5556. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9361>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (3rd ed). SAGE Publications India Pvt. Ltd.
- Muna, C. N. (2020). *Integrated Marketing Communication pada Heri Pemasar Management Studi Kasus International ARTJOG MMXIX*. 6(1).
- Panggabean, A. P. (2017). Kualitas Interaksi Sosial antara Penjual dan Pembeli di Taman Pintar Book Store Yogyakarta. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(2). <https://doi.org/10.23917/indigenous.v2i2.4460>
- Peraturan Walikota Surakarta Tentang Penjabaran Tugas Pokok, Fungsi Dan Tata Kerja Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta, Pub. L. No. Nomor 16 Tahun 2008, 1 (2008).
- Purnama, F. P. (2015). Pengaruh Advertising, Personal Selling, Direct Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Porcelantile. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Volume*, 4(3), 1–19.
- Rahmawati, A., Halimah, N., Karmawan, K., & Setiawan, A. A. (2024). Optimalisasi Teknik Wawancara Dalam Penelitian Field Research Melalui Pelatihan Berbasis Participatory Action Research Pada Mahasiswa Lapas Pemuda Kelas IIA Tangerang. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 4(2), 135–142. <https://doi.org/10.37640/japd.v4i2.2100>
- Ridlo, U. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus: Teori Dan Praktik* (Ahmad Royani (ed.); Edisi Pert). Publica Indonesia Utama.
- Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., & Lauterborn, R. F. (1993). *Integrated Marketing Communications*. McGraw Hill Professional.
- Simatupang, K. A. A. (2022). *Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Brand Equity*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyadi, & Sari, N. A. W. (2024). *Analisis Pengaruh Personal Selling Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada KS Group Indonesia Di Cabang Jakarta)*. 24(1).
- Utomo, S. B., Risdwiyanto, A., & Judijanto, L. (2024). *Pemasaran Digital. Strategi & Taktik* (Issue 1).

- Vanel, Z., Wijaya, L. S., Huwae, G. N., & Dewi, G. A. (2024). Integrated Marketing Communication Solo Art Market Untuk Membangun Brand Awareness. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 23(1), 91–107. <https://doi.org/10.32509/wacana.v23i1.3533>
- Wilardjo, S. B. (2015). the State of the Art Marketing. *Http://Jurnal.Unimus.Ac.Id* |, 1(October), 2016.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research : Design and Methods* (5th ed.). Sage Publications, Inc.

