

DAFTAR RUJUKAN

- Afraghasani, P. I. *Analisis Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Upaya Membangun Kesadaran Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian di Tiket.com* (Bachelor's Thesis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Agnia, A., Komaludin, A., & Abdullah, Y. (2024). *Analisis Brand Image, Iklan dan Kualitas Produk dalam Menentukan Loyalitas Pelanggan dengan Brand Community Sebagai Variabel Intervening*. Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis, 4(4), 88-105.
- Al Farizi, A. I. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Toko Rumahan Indonesia dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus pada Akun Instagram @tokrumnet)* (Doctoral Dissertation, Universitas Sangga Buana YPKP).
- Andri Yani, M. (2020). *Analisis Integrated Marketing Communication (IMC) Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu* (Doctoral Dissertation, Iain Bengkulu).
- Anggraeni, A. (2018). *Pembinaan Social Entrepreneurship dalam Mengembangkan Karakter Mandiri Melalui Program Mahasiswa Wirausaha* (Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Ensiklopedia: Jawa Pos*. p2k.stekom.ac.id. Diakses tanggal 18 Maret 2025, dari https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Jawa_Pos
- Fernanda, R. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Dukungan Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makeup Emina pada Mahasiswi*. Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 9(1), 138-146.
- Habibah, A. N., Mulyono, F., & Gunawan, C. (2023). *Integrated Marketing Communication: How IMC Method Build A Brand Equity: Komunikasi Pemasaran Terpadu: Bagaimana Metode IMC Membangun Ekuitas Merek*. Marketgram Journal, 1(1), 44-51.
- Hariansyah, N. (2021). *Segmentasi Pasar dalam Komunikasi Pemasaran Islam*. Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat, 19(2), 127-138.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., ... & Lova, A. N. (2023). *Manajemen Pemasaran: Strategi dan Praktek yang Efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2014).

- Luturmas, N., Vanel, Z., & Huwae, G. N. (2023). *Strategi Integrated Marketing Communication Mossa Coffee Untuk Meningkatkan Brand Awareness*. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora, 7(3), 421-431.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan*. Journal Of Social Research, 1(7), 694-707.
- Muna, C. N. (2020). *Integrated Marketing Communication pada Heri Pemas Management Studi Kasus International Artjog MMXIX*. Jurnal Tata Kelola Seni, 6(1), 1-17.
- Nartin, S. E., Faturrahman, S. E., Ak, M., Deni, H. A., Mm, C. Q. M., Santoso, Y. H., ... & Eliyah, S. K. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Ninik Rahayu : *Ekosistem Pers Tidak Sehat*. (12 Juni 2024). dewanpers.or.id. Diakses tanggal 18 Mei 2025, dari www.dewanpers.or.id/berita/detail/2554/survei-lanskap-media-pers-indonesia.
- Oktaviani, K. G. (2022). *Pengembangan Media Surat Kabar Jawa Pos dalam Menghadapi Bisnis Media di Era Digital* (Doctoral Dissertation, Universitas Bhayangkara Surabaya).
- Permatasari, S., Fauziah, S. (2025). *Analisis Intergrated Marketing Communication (IMC) dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Viva Cosmetics pada PT. Vitapharm*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis. 2(3), 72-76.
- Putri, A. A. (2021). *LKP: Penerapan Strategi Marketing Online Untuk Meningkatkan Brand Awareness dan Brand Knowledge pada UMKM Style Koe Sidoarjo* (Doctoral Dissertation, Universitas Dinamika).
- Rusli, M. (2021). *Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus*. Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam, 2(1), 48-60.
- Safitri, E., Auliana, L., Sukoco, I., & Barkah, C. S. (2022). *Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Aplikasi Bisnis, 19(2), 259-267.
- Sari, D., Romadhan, M. I., & Pratiwi, N. M. I. (2023). *Strategi Integrated Marketing Communication dalam Membangun Brand Awareness Melalui Akun Instagram pada Cafe Sisa Rasa di Surabaya*. In Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (Semakom) (Vol. 1, No. 2, Juli, pp. 316-321).

- Sasciki, B. (2022). *Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) Untuk Meraih Brand Awareness dan Citra Publik Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo Media Pustaka.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sutanto, J., & Purnama, F. Y. (2023). *Strategi Empat Pilar dalam Membangun Brand Awareness pada Portal Kalderanews.com*. Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(2), 119-130.
- Sya'idah, E. H. (2020). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian*. JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan), 5(3), 204-216.
- Wangi, N. W. P. S., Dewi, N. I. K., & Rahmanu, I. (2023). *Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Electrifying Lifestyle di Lingkungan PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali* (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Bali).
- Yasmimmuntaz, R., & Rahman, T. (2024, February). *Integrated Marketing Communication Strategy of PT. Jogjakita Multi Andalan In Increasing Brand Awareness As A Local On Demand Services Business In 2020-2022*. In International Conference on Humanity Education and Society (Iches) (Vol. 3, No. 1).
- Yuliani, W., & Supriatna, E. (2023). *Metode Penelitian Bagi Pemula*. Penerbit Widina.