

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi: Teori-konsep-Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, G. E. (2017). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Creswell, J. W. (2019). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative Research*. Pearson.
- Djiwandono, P. I. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bidang humaniora dan Kesusastraan*. Malang: Penerbit Anda.
- Goldblatt. (2014). *GoldblattSpecial events: Creating and Sustaining a New World For Celebration*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hartini, H. (2023). *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Israfil, I. (2022). *Paradigma Riset Kualitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Kliatchko, J. (2023). A New Framework For IMC Planning. *Journal of Marketing Communications*, 1-20.
- Kotler, P. (2015). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nanda Saputra, K. A. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Aceh: Yayasan penerbit Muhammad Zaini.
- Noor, A. (2017). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition (15th ed)*. United States Of America: Pearson Education Limited.
- Smith, D. C. (2017). *Digital Marketing Excellence*. Taylor & Francis.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukmadinta, N. S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Jurnal

- Abidah, I. (2017). Implementasi *Integrated Marketing Communication* Pada Produk Pembiayaan BSM Cicil Emas. *Etheses UIN Malang*, 55-56.
- Ahmad Mukhlisin, M. H. (2020). Analisis SWOT dalam Membuat Keputusan dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. *Invention Journal Research and Education*, 33-43.
- Azizi, A. N. (2016). Positivisme, Post positivisme, Critical Theory, dan konstruksivisme. *Academia.edu*, 4.

- Buchori. (2021). Word of Mouth (WOM) Sebagai Penentu Keputusan Pembelian. *Buletin Ekonomi Manajemen Ekonomi Pembangunan Akutansi*, 159-164.
- Camilleri, M. A. (2018). *Integrated Marketing Communications. in Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product* . Cham, Switzerland: Springer Nature.
- Claurensia, J. (2023). Strategi Event Management Cindes Sport Tepok Bulu 2022 di Era New Normal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Dewi, A. t. (2022). Strategi Social Marketing Dalam Edukasi Komunikasi Krisis Bencana Alam Bagi Stakeholder Kepariwisata Tanjung Lesung. *UPI.Edu*, 1-15.
- Endri, P. (2021). strategi komunikasi pemasaran produk kopi kawa daun tanah. *Jurnal Audiens*, 134-142.
- Fajar, A. (2017). Implementasi *Integrated Marketing Communication* Pada PT Tokopedia Dalam Mempertahankan Pelanggan. *Jurnal Komunikasi*, 210-214.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Digital. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 22-38.
- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang*, 74-79.
- Hari Wijaya, H. S. (2016). Strategi Segmenting, Positioning serta Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *Asian Journal Of Innovation and Entrepreneurship*, 175-190.
- Harrison, A. E. (2017). Exploring Millennial Leadership Development: An Evidence Assessment of Information Communication Technology and Reverse Mentoring Competencies. *Case Studies in Business and Management*, 25-48.
- Helpris Estawara, E. Y. (2023). Merek Sebagai Pesan Utama *Integrated Marketing Communication* di Jurnal Indonesia Tahun 2020. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 43-61.
- Herna. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Jakpreneur dalam memasarkan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah . *Jurnal Inovasi Penelitian* , 191-200.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods. *Jurnal Komunikasi Untar*, 83-98.
- Mohajan, H. K. (2022). Exploration Of Coding In. *Qualitative Data Analysis: Grounded Theory Perspective*, 53-55.
- Murdowo, D. (2017). Pendidikan Karakter Berbasis Asrama Untuk Pembinaan Nilai-Nilai Budaya Organisasi. *UPI.Edu*, 85-87.
- Muslim. (2016). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Unpak*, 77-85.
- Musrifah. (2021). IMC Sebagai Survivor Bisnis *Online* Di Masa Pandemi. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 148-160.
- Nadube, P. M. (2018). UNDERSTANDING *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* CONCEPT, DEFINITIONS, AND DIMENSIONS. *International Journal of Innovations in Economic and Management Science*, 1-15.
- Nurdin, D. (2018). Perencanaan Evaluasi. *Administrasi Pendidikan*, 1-13.
- Nurhadi, Z. F. (2015). *Brand* Dalam Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 44-61.

- P, Y. (2020). Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth dan *Customer Engagement*. *Journal Trunojoyo*, 81-91.
- Prasetyo, Y. (2015). Kesadaran Masyarakat Berolahraga Untuk Peningkatan Kesehatan Dan Pembangunan Nasional. *MEDIKORA*, 219-227.
- Putri, M. E. (2022). Employee Performance In Indonesian Companies: Work Environment, Training & Career Development, and Rewards & Recognition as Antecedents. *Journal of Business Management and Social Studies*, 9-21.
- Reza Widhar Pahlevi, N. N. (2022). Systematic Analysis Of *Integrated Marketing Communication* Research. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 104-114.
- Singgih, N. (2014). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin. *Manajemen Fakultas Ekonomi*, 9.
- Sunandri, H. (2022). Positivisme dan Post Positivisme: Rfeleksi Atas Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Perencanaan Kota Dalam Tinjauan Filsafat Ilmu dan Metodologi Penelitian. *Ejournal Undip*, 21-30.
- Wibowo, A. T. (2021). Analisis Penerapan IMC Pada startup LinkAja Dalam Kompetisi Di Bidang Fintech Indonesia. *Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya*, 1-82.
- Wieske Anneleen ratag, A. G. (2019). Pengaruh Perencanaan Anggaran Terhadap Penyerapan Anggaran di Lingkungan Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah*, 78-89.
- Wulandary, C. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Jigoku Ramen. *Ejournal Unikom*, 49-64.
- Yakin, I. H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif & kualitatif*. Garut: Aksara Global Akademia.
- Yasir. (2011). *Teori Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Website

- Annur, C. M. (2022, Januari 1). *Teknologi & Telekomunikasi*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/03/fesyen-dan-pakaian-olahraga-produk-paling-laris-saat-harbolnas-2021>
- Ekarina. (2020, Oktober 27). *Brand Marketing*. Diambil kembali dari Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/brand/merek/5f97832e74050/survei-kic-87-konsumen-lebih-suka-belanja-merek-dalam-negeri>
- Fauziah, S. (2023, Agustus 7). *Health/Hidup Sehat*. Diambil kembali dari Health.Okezone: <https://health.okezone.com/read/2023/08/07/483/2859255/86-persen-masyarakat-Indonesia-semakin-sadar-akan-kesehatan-ini-alasannya>
- Nurchayadi, G. (2021, Desember Sabtu). Diambil kembali dari Media Indonesia: <https://mediaIndonesia.com/ekonomi/451891/survei-konsumen-temukan-kemudahan-berbelanja-online-dibanding-pergi-ke-toko>
- KEMP, S. (2021, February 11). *DIGITAL 2021: INDONESIA*. Diambil kembali dari DATAREPORTAL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-Indonesia>
- Purwanto, A. (2020, September 9). *industri Olahraga: Potret dan Tantangannya di Indonesia*. Diambil kembali dari Kompas.id: <https://www.kompas.id/baca/paparan-topik/2020/09/09/industri-olahraga-potret-dan-tantangannya-di-Indonesia>