

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Afrilia, A. M., Arifina, A. S., & Rumah, P. P. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal*. Penerbit Pustaka Rumah C1nta.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. mcgraw-hill.
- Deighton, J., & Kornfeld, L. (2009). Interactivity's Unanticipated Consequences for Marketers and Marketing. *J INTERACT MARK*, 23, 4–10.
<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2008.10.001>
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 3.
- Hariyanto, D. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran*. Umsida Press, 1–142.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson.
- Kurniawati, L., Untari, D., & Raspati, M. I. (2022). Psikologi Pemasaran Di Era Komunikasi Digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FH: Volume V Nomor*, 100.
- Marentek, M., Supit, V., & Mandey, N. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Polindo Press.
- Nurdin, A., Moefad, A. M., Zubaidi, A. N., & Hariyanto, R. (2013). *Pengantar ilmu komunikasi*. IAIN Sunan Ampel Press.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Universitas Brawijaya Press.
- Prayitno, S. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu-Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo media pustaka.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-marketing*. Pearson.
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran teori dan aplikasinya*. Pustaka Abadi.
- Sutisna, S. E. (2002). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing strategy top brand Indonesia*. Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*. Andi offset.

Toruan, R. R. M. L. (2018). Proses implementasi word of mouth dalam strategi komunikasi pemasaran La Perla Plaza Senayan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 155–166.

Yusuf, M. A., & Fahrudin, M. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. IAIN SALATIGA.

Sumber Jurnal :

Kamal, Y. S., & Triyono, A. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU GRIYA HERBAL MUYASSAR DALAM MEMASARKAN PRODUK PRO SEHAT. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, VI(I).

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI SOSIAL MEDIA INSTARGRAM (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). In *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 4, Issue 1).

Nisa, S., & Wulandari, D. (n.d.). ALTERNATIF STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA PT INDOFARMA GLOBAL MEDIKA CABANG JEMBER.

Pakpahan, M. (2016). STRATEGI MEINGKATKAN MINAT BELI ULANG APTEK TERHADAP PRODUK OBAT PT NOVELL PHARMACEUTICAL LABS MEDAN. 6(1).

Sarjana Bidang Ekonomi Syariah, G., & Ekonomi Dan Bisnis Islam, F. (n.d.). Oleh : SUPRILIA MARCIA NIM 1516130024 PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH.