

Daftar Pustaka

- Aeni, D. S. (2022). *INKLUSIF : JURNAL PENGKAJIAN PENELITIAN ANALISIS MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION) UMRAH AL BAHJAH TOUR & TRAVEL CIREBON. 1*, 11–29.
https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/inklusif/article/view/9402/pdf_44
- Dwi Kartikawati, D. K. (2021). Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Cawang AC Pro PT Gobel Dharma Nusantara di Masa Pandemi Korona. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(2), 115–124.
<https://doi.org/10.31334/lugas.v5i2.1836>
- Dwi Seftia, C., Meiwanda, G., Pekanbaru, I., & Riau, U. (2022). *Public Service Agility in the New Normal Era in Pekanbaru Public Service Mall*. 20(Nomor 1), 37–46.
<https://jiana.ejournal.unri.ac.id/index.php/JIANA/article/view/8023/pdf>
- Febriani, N. (2021). *di Instagram terhadap generasi Z*. 5(2), 238–258.
<http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jipikom/article/view/159/pdf>
- Gantiano, H. E. (2020). Analisis Dampak Strategi Komunikasi Non Verbal. *Dharma Duta*, 17(2), 80–95. <https://doi.org/10.33363/dd.v17i2.392>
- Irfan, M., Firamadhina, F. I. R., & Akmalia, N. N. (2022). Analisis Kemitraan Plan International Indonesia Menggunakan Strategi Community Relations. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 4(1), 59.
<https://doi.org/10.24198/jkrk.v4i1.38086>
- Luthfi, M., & Rifa'i, M. (2018). Bimwin Sebagai Strategi Komunikasi Bimas Islam Kabupaten Ponorogo Dalam Mencegah Perceraian. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 87–96. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v12i2.4511>
- Margaretha, S., Widayatmoko, W., & Pribadi, M. A. (2012). Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Cubes Consulting dalam Membangun Brand Association. *Jurnal ASPIKOM*, 1(5), 455.
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i5.48>
- Muna, C. N. (2020). Integrated Marketing Communication pada Heri Pemas Management Studi Kasus International ARTJOG MMXIX. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 6(1), 1–17. <https://doi.org/10.24821/jtks.v6i1.4111>
- Sinuhaji, V. V., Siti, N., Siregar, S., & Jamil, B. (2019). Aktivitas Komunikasi

- Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kualitatif Wisata Bukit Gundaling Berastagi) Marketing Communication Activities of the Karo District Tourism and Culture. *Diterima: 11 Agustus, 1(2)*, 105–118. <http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jipikom>
- Solsolay, A. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Pemerintah Kota Ambon dalam Mengkomunikasikan Brand “Ambon City Of Music” Melalui Kegiatan Tiga Pilar IMC. *Jurnal The Messenger*, 8(2), 86. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v8i2.334>
- Susanto, A., & Sunardi, A. (2017). Aktifitas Bauran Komunikasi Pemasaran Di Perusahaan Jamu Ibu Tjipto. *Jurnal Komunikator*, 9(1), 1–8. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2647/2681>
- Tenerman, E. Y. (2022). Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Mengembangkan Wisata Sawah di Desa Pematang Johar Communication Strategy Village Head In Develoving Rice Field Tourism In The Pematang Johar Village. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(November), 489–495. <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM/article/view/3016>
- Adawiyah, D. P. R., & Arif, Moch. C. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sampang dalam Merukunkan Penganut Sunni-Syiah. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 131–144. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i2.11477>
- Teori Komunikasi AntarPribadi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1). Cangara, H. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Kedua). In Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. Cangara, H.
- Diona Mahardhika, Veronica K (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api Indonesia (Kai) Daerah Operasi 6 Yogyakarta.
- Notoatmodjo, Soekidjo, Pendidikan dan Perilaku Kesehatan, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003),30.
- Buku Mohammad Jafar Hafisah, Kemitraan Usaha, (Jakarta: Sinar Harapan, 2000), 10. 5Ibid, 67-71