

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M.S., R.A., & Jannah, Q. (2019). Efektivitas Ice Breaking untuk Meningkatkan Motivasi Siswa dalam Belajar Bahasa Inggris. *International Journal of English Education and Linguistics (IJoEEL)*, 3(1), 31-38. <https://doi.org/10.33650/ijoeel.v3i1.2256>.
- Alberta H. dan Wijaya L. (2021). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness*. Jurnal IMPRESI, 2(1), Edisi April-September. <https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711>.
- Basu Swastha D. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 11th Edition. New York: McGraw-Hill Education.
- Fahmi, I., & Kartika, R. (2019). Pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap keputusan pembelian produk telekomunikasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 115–124.
- Gunawan, A. (2023). Integrated Marketing Communication dan dampaknya terhadap citra merek dan loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 19(1), 45–56. <https://doi.org/10.21009/jmbi.19.1.04>
- Hapsari, R. (2021). Pengaruh komunikasi pemasaran terpadu berbasis digital terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 122–134.
- Hidayat, R., & Sari, N. (2020). Pengaruh strategi komunikasi pemasaran terpadu terhadap loyalitas konsumen di sektor jasa. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 12(1), 55–66.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. 18th Edition. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management*. 16th Edition. Harlow: Pearson Education.

- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Edisi Kelima)*. Pearson Education.
- Rizky, A. (2017). *Dampak Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus pada PT Telekomunikasi Indonesia, TBK Cabang Gegerkalong Bandung Tahun 2017)*. E-Proceeding of Applied Science: Vol. 3, No. 2 Agustus 2017. ISSN: 2442-5826.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. 12th Edition. Harlow: Pearson Education.
- Silviyani, D. (2021). Pengaruh komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian IndiHome di Kota Cirebon. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 12(3), 77–85.
- Schiffman dan Kanuk. 2020. *Consumer Behavior*. 11th Edition. Global Edition.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif serta R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vicenovie, I. (2022). Integrated Marketing Communication dan citra merek terhadap keputusan pembelian IndiHome. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Pemasaran*, 5(1), 101–112.