

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adib, Mohammad. (2011). In *Filsafat Ilmu Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan logika ilmu pengetahuan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basuki, Sulistyono. d. (2006). Metodologi Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmu Perpustakaan dan Informasi. p. Majalah Visi Pustaka Vol. 8 Nomor 1.
- Doyle, Charles. (2013). Kamus Pemasaran. Jakarta: PT. Index.
- Duncan. (2005). Principles of Advertising & IMC. In Duncan, *Principles of Advertising & IMC* (p. 573). Tata McGraw-Hill.
- Fiske, John. (1990). *Introduction to Communication Studies, 2nd*. London: Routledge.
- George E. Belch & Michael A. Belch. (1995). In G. E. Belch, *Introduction to Advertising and Promotion: An Intergrated Marketing Communications Perspective, 3rd edition*, (p. 155). USA: Irwin.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Media Pressindo.
- Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ivony. (2017, September 23). *Pakar Komunikasi*. Retrieved from Pakar Komunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli>
- John, E. K. (2009). *Manajemen Event*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer Gramedia.
- Kenneth E. Clow & Donald Baack. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Promotion, 8th Global Edition*. Harlow, UK: Pearson.
- Kertajaya, Hermawan. (2006). *Seri 9 Elemen Marketing Hermawan Kertajaya on Selling*. Jakarta: Mizan.
- Kotler and Keller. (2015). *Marketing Management Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran 1*. Jakarta: Prenhallindo.
- Moekijat. (2002). *Kamus Manajemen*. Bandung: Alumni.
- Moleong, Lexy. J. (2002). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Moloeng, Lexy. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2014). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Dalam Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (hal. 25). Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Dedi. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya, hal.41-42). Dalam D. Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya, hal.41-42). (hal. 41-42). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muslim. (2016). VARIAN-VARIAN PARADIGMA, PENDEKATAN, METODE, DAN JENIS PENELITIAN PADA ILMU KOMUNIKASI. *Wahana Vol.1 No.10*, 78.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2009). *Marketing Management. 13th Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terrence. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soemanagara, R Dermawan. (2012). *Strategic Marketing Communication*. Dalam R. Soemanagara, *Strategic Marketing Communication* (hal. 9). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Dalam Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (hal. 90). Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. (2002). *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Liberty.
- Tribun. (2019, May 15). *TribunRamadhan*. Retrieved from Tribun: <https://www.tribunnews.com/ramadan/2019/05/15/semakin-banyak-dilirik-desainer-dunia-ini-perkembangan-hijab-dari-berbagai-peradaban?page=3>

Jurnal

- Anggaraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI FASILITASI PIHAK EKSTERNAL DAN POTENSI INTERNAL. *Jurnal Administrasi Publik (JAP) Vol. 1, No. 6*, 1286-1295.
- Basuki, S. d. (2006). *Metodologi Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. p. Majalah Visi Pustaka Vol. 8 Nomor 1. .
- Bilal, M., Saeed, R., Naeem, B., & Naz, U. M. S. (2013). *Integrated Marketing Communication : A Review Paper*. *Interdisciplinary Journal of*

Contemporary Research in Business. *Integrated Marketing Communication : A Review Paper*, 124-133.

Muslim. (2015-2016). VARIAN-VARIAN PARADIGMA, PENDEKATAN, METODE, . *Wahana*, Vol.1 No.10, hal.78.

Tsikirayi, C. M. (2013). Impact of integrated marketing communications mix (IMCM) in small to medium enterprises (SMEs) in Zimbabwe as a marketing tool. *Research in Business and Economics Journal*, 7, 1-12.

Internet

Ivony. (2017, September 23). *Pakar Komunikasi*. Retrieved from Pakar Komunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli>

Tribun. (2019, May 15). *TribunRamadhan*. Retrieved from Tribun: <https://www.tribunnews.com/ramadan/2019/05/15/semakin-banyak-dilirik-desainer-dunia-ini-perkembangan-hijab-dari-berbagai-peradaban?page=3>



UNIVERSITAS
MERCU BUANA