

SUMBER PUSTAKA

Sumber Buku:

- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. Mitra Wacana Media.
- Atwari, B., & Widjajanto, K. (2013). *Perencanaan komunikasi konsep dan aplikasi*.
- Cangara. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Rajawali Pers.
- Caropeboka. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Andi.
- Farida Nugrahani. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Cakra Books.
- Firmansyah, M. A., & SE, M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Lexy J Moleong. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Lexy J Moleong. (2017). *Metodelogi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Rosdakarya.
- Morissan. (2015a). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu - Morrisian, M.A. - Google Buku*. Kencana.
- Morrisan. (2019). *Riset Kualitatif*. Prenada Media.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Rosdakarya.
- Noor, D. J. (2011). *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya ilmiah*. Kencana Prenada Media Group.
- Prasetyo, Bambang D., et al. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. UB Press.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish.
<https://books.google.co.id/books?id=RUvWDwAAQBAJ&pg=PA258&lpg=PA258&dq=A>

ndreason+prinsip+4+p&source=bl&ots=2hzKImpYRA&sig=ACfU3U1mSVlumPfYGWH
KrQh5EUNH0SE4tw&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiQ7p7Zv7PyAhUUcCsKHUhvAOkQ
6AF6BAgaEAM#v=onepage&q=Andreason prinsip 4 p&f=false

Simanjuntak, E. F. P. dan P. (2011). *Metode Penelitian*. Percetakan SADIA.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.

Terence, A. S. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1*. Erlangga.

Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Grasindo.

Sumber Skripsi:

Anjelin, C. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake Dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta*. Universitas Telkom.

Putri, A. V. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Shop Kopi Tuli*. Universitas Telkom.

Sitopu, A. C. (2020). *Strategi Pembentukan Branding Bober Café Bandung Sebagai Ruang Komunitas*. Universitas Telkom.

Sumber Jurnal:

Wita, P. L. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu YOICHIZ. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Telkom*. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/143095/strategi-komunikasi-pemasaran-terpadu-yoichiz.html>

Ulfa, R., & Marta, R. F. (2017). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Yayasan Nurul Ibad Jakarta Timur. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 2(02), 1-11.

Sumber Website:

Sjaifudian, I. H. (2020). *Evaluasi Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) T.A. 2019-2020*. Republika.Id. <https://www.republika.id/posts/6983/evaluasi-pembelajaran-jarak-jauh>

Sutarsih, T., & Hasyati, A. (2018). Penggunaan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan

Komunikasi (P2TIK) Sektor Pendidikan 2018. In M. Wardhini, E. Sari, & T. Sujono (Eds.), *BPS Republik Indonesia*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=Mjc5NzE4NDVhOWQ2MTYzNDEzMzNkMTAz&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzIwMTgvMTIvMjQvMjc5NzE4NDVhOWQ2MTYzNDEzMzNkMTAzL3BlbmdndW5hYW4tZGFuLXB1bWFuZmFhdGFuLXRla25vbG9naS1pbmZvcmlhc2ktZGFu>

Waseso, R. (2020). *Ikatan Guru Indonesia sambut baik program bantuan subsidi kuota bagi pelajar dan guru*. Nasional Kontan.Co.Id. <https://nasional.kontan.co.id/news/ikatan-guru-indonesia-sambut-baik-program-bantuan-subsidi-kuota-bagi-pelajar-dan-guru>