

DAFTAR PUSTAKA

- Adhianti, A. A., Herlinda, H. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Jakarta dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara*, *Jurnal Ilmiah Scriptura*, 10(1), 34-42.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2021). *Jumlah Sekolah SMA 2019-2021*. Kota Bandung: Badan Pusat Statistik Kota Bandung. Diakses pada Desember 2022 dari <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/28/576/1/jumlah-sekolah-sma.html>.
- Bani, B., & Susanto, D. (2019). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Siswa untuk Kuliah di Akademi Komunitas Dharma Bhakti Bangka*. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), 12-21.
- Bob, F., Jumadil, S., & Marlina, G. (2020). *Communication Strategy Planning in Influencing The Intention to Visit: An Implication to Marketing Management*, *Polish Journal of Management Studies*, 22(1), 117-133.
- Camilleri, M. A. (2018). *Integrated Marketing Communications In Travel Marketing, Tourism Economics and The Airline Product*, *Springer Charm*, (pp. 85-103).
- Creswell, J.W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darul Hikam. (2022). Bandung: Perguruan Darul Hikam. Diakses pada Desember 2022 dari <https://darulhikam.sch.id/>
- Dewi, R. P. (2019). *Studi Kasus-Metode Penelitian Kualitatif*.
- Dinas Pendidikan. (2022). *Open Data Jabar*. Jawa Barat: Dinas Pendidikan. Diakses pada Januari 2023 dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-sekolah-menengah-atas-sma-berdasarkan-kategori-sekolah-di-jawa-barat>.
- Elrod, J. K., Fortenberry, J. L. (2020). *Integrated Marketing Communications: A Strategic Priority in Health and Medicine*, *BMC Health Services Research*, 20(1), 1-5.
- Fikroh, S. (2016). *Komunikasi Pemasaran Sekolah Internasional Darul Hikam*. *Scientica*, 3(2), 11-26.

DAFTAR PUSTAKA

- Isharyadi, I., Kurniawan, F., Irwansyah, I., & Ruliana, P. (2019). *Integrated Marketing Communication Sekolah Tinggi Desain Interstudi Sebagai Strategi Keluar Dari Krisis*, *Communicare: Journal of Communication Studies*, 6(1), 23-36.
- Kesuma, U., & Hidayat, A. W. (2020). *Pemikiran Thomas S. Kuhn Teori Revolusi Paradigma*. *IslamadinaA*, 21(2).
- Kotler, P., Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. New Jersey: Pearson.
- Krisbiyanto, A., & Nadhifah, I. (2022). *Pengaruh Lokasi dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di Sekolah Menengah Atas Negeri*. *Academicus: Journal of Teaching and Learning*, 1(1), 20-31.
- Li, J., He, Y. (2020). *Application of Integrated Marketing Communication: Integrated Marketing Strategies of the Palace Museum's Cultural and Creative Products Under New Media Age*, In *2020 The 4th International Conference on Business and Information Management* (pp. 138-148).
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/svu73>.
- Nugraha, M. A., & Sudiarti, S. (2022). *Analisis Promotion Mix Terhadap Pemasaran Layanan Kontruksi pada PT. Khafi Multi Perkasa*, *MES Management Journal*, 1(2), 97-107.
- Pamungkas, I. N. A. (2018). *Integrated Marketing Communication 4.0*. Bandung: Megautama.
- Putra, Y. K. W. (2018). *Analisis Proses Pengembangan Elemen-Elemen Mikro Concept Design di Perusahaan Start Up (Studi Kasus Perusahaan Startup KDI)*, *Master of Management*.
- Rahmania, I. S. H. (2021). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Calon Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Swasta Universitas Muhammadiyah Banjarmasin (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB)*.

DAFTAR PUSTAKA

- Rasyid, M. H. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik (Studi Kualitatif Deskriptif PAUD Terpadu Sang Pemimpin Banjarmasin)*, Doctoral Dissertation, Universitas Kalimantan MAB.
- Ramdhaniatinur, H., Hayati, F., & Khambali, K. (2019). *Analisis Manajemen Program Taqwa Character Building dalam Membentuk Karakter Peserta Didik di SMP Darul Hikam Bandung*, *Prosiding Pendidikan Agama Islam*, 297-303.
- Sakuntalawati, R. D., Susantiningrum, S., Akbarini, N. R., Kurniawati, D. Y., & Yudhistira, B. (2022). *Analisis Marketing Mix 7P untuk Penciptaan Nilai Usaha Bidang Jasa pada Program Kewirausahaan*, *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosisal*, 16(1), 1-14.
- Sidauruk, B., & Nugrahani, R. U. (2022). *Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran Kopi Pak Rm Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (umkm) Di Kabupaten Karo*. *eProceedings of Management*, 9(2).
- Sigarlaki, S. A. (2017). *Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Mempromosikan Esa Cipta Harapan School Samarinda Periode Maret-Juli 2016*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- SMA Darul Hikam. (2022). Bandung: SMA Darul Hikam. Diakses pada Desember 2022 dari <https://www.smadarulhikam.sch.id/>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Utami, M. A., Lestari, M. T., & Putri, B. P. S. (2016). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University Tahun 2015/2016 melalui Media Sosial Instagram*, *eProceedings of Management*, 3(1).
- Waluyo, S. E. Y. (2018). *Analisa pengaruh lokasi, biaya dan kualitas pendidikan terhadap minat siswa memilih sekolah SMA Muhammadiyah 2 Mojosari di Mojokerto*. *JEBDEER: Journal of Entrepreneurship, Business Development and Economic Educations Research*, 1(2), 49-58.

DAFTAR PUSTAKA

- Wono, H. Y., & Aji, I. D. K. (2020). *Preferensi Komunikasi Pemasaran Terpadu Perguruan Tinggi Di Surabaya Pada Era Posmoderen*, *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(02), 171-186.
- Šerić, M., Mikulić, J. (2022). *The Impact of Integrated Marketing Communications Consistency on Destination Brand Equity in Times of Uncertainty: The Case of Croatia*, *Tourism Review*, (ahead-of-print).