

DAFTAR PUSTAKA

Anjani, D. 2021. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Rumah Zakat dalam Meningkatkan Brand Awareness*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Airlangga..

Atmoko, B. (2012). *Instagram handbook: Tips fotografi dan berbagi foto*. Mediakita.

Bakrie & Brothers. (n.d.). *Organisasi Sosial*. Diakses pada 28 Desember 2024, dari <https://bakrie-brothers.com/id/untuk-negeri/social-organization>

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.

Durianto, D., Sugiarto, S., & Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Hamdan. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusamba*, 3(2), 3.

Hamzah, M., Sudaryanto, E., Cahyo, B., & Adhi, S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif pada Ragil Kuning). *Commercium*, 4(2), 120–135.

Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Khotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Lee, K., & Carter, S. (2021). *Social Media Marketing: Theories and Practices*. Routledge.

Lee, S. (2023). An integrative approach to examining the celebrity endorsement process in shaping affective destination image: A K-pop culture perspective. *Tourism Management Perspectives*.

Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2018). Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix. *Business Horizons*, 61(4), 539–546.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Muhammad Khoirul Ariza. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Objek Wisata Air Desa Ponggok Sebagai Desa Wisata Mandiri Di Klaten* (Skripsi Strata 1). Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pratama, N. (2019). Peran Integrated Marketing Communication dalam Kampanye Donor Darah Palang Merah Indonesia (PMI). Skripsi tidak diterbitkan. Universitas Padjadjaran.

Ramadhani, S. A. (2020). Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Dompot Dhuafa dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat di Kalangan Milenial. Skripsi tidak diterbitkan. Universitas Indonesia.

Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H., Wahyuni, R. D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Schultz, D. E., & Patti, C. H. (2020). The Evolution of Integrated Marketing Communications: A 25-Year Retrospective. *Journal of Marketing Communications*, 26(3), 225–240.

Shimp, T. A. (2007). *Periklanan promosi dan aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu* (Jilid I, edisi terjemahan). Jakarta: Erlangga.

Silviani, I., & Darus, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC). *Scopindo media pustaka*.

Smith, P. R., & Zook, Z. (2020). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media* (7th ed.). Kogan Page.

Wijaya, J. (2016). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Ambassador Lee Min Ho Terhadap Brand Image Luwak White Koffie Di Daerah Jakarta.

Wono, H. Y., Arianî, N., Hermanto, A. A., & Nabilâ, B. F. (2022). Integrated Marketing Communication Kedai Pantry Magetan pada Era Digitalisasi 4.0. Universitas Ciputra Surabaya & Universitas Sahid Jakarta.

Hamzah, M., Wijaya, M., & Riyadi, M. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital UMKM di Era Pandemi. *Jurnal Commercium*, 4(2), 120–135.

Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Rineka Cipta.

Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.

Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.

Zarrella, D. (2010). *The social media marketing book*. O'Reilly Media, Inc.

Mahalli, M. H. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Yayasan Bakrie Amanah pada Program Qurban Untuk Negeri Tahun 2022*.