

DAFTAR PUSTAKA

- Astar, Fitri, Febrina. 2016. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Ekuitas Merek Indihome. Skripsi. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Intani, Reszetisia. 2016. Pengaruh *Integrated Marketing Communication* terhadap Minat Beli melalui Asosiasi Merek Pada Bank Muamalat di Kotabumi. Tesis. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Fathoni, F, A. Fauzi, K. Hidayat. 2015. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Ekuitas Merek (Survey pada Pelanggan Hotel Pelangi Malang). *Jurusan Administrasi Bisnis*. Fakultas Ilmu Administrasi - Universitas Brawijaya.
- Feranisa, Arini. 2017. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Ekuitas Merek (Studi Pada : Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung). Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Kartikasari, Paramita, Nia. 2014. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Interaksi*. Vol 3(2): 162-167. Magister Ilmu Komunikasi FISIP – Universitas Diponegoro.
- Kotler, Amstrong . 2008. *Principles Of Marketing*. 12th Edition Pearson Prentice Hall. New Jersey
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen pemasaran: Analisis, Perencanaan dan pengendalian*. Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia. Salemba Empat. Jakarta.
- Krussell, Hutomo Grehito Jehuda, E. L. Paramita. 2015. Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Ekuitas Merek Alfamart. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 11(1): 27-42. Fakultas Ekonomika dan Bisnis - Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Pramana, Puja Dimas, R. Tresnati. 2018. Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Joei Hotplate Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 4(1). Prodi Manajemen dan Bisnis - Universitas Islam Bandung.
- Siswandanu, Eko. 2017. Ekuitas Merek Bank Syariah Di Kalangan Mahasiswa Program Muamalat UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Suryana. 2010. *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Tambunan, Silvia Devi. 2019. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap *Brand Awareness* pada OVO. Skripsi. Bandung: Universitas Telkom.

Wenats, AG Eka. 2012. *Integrated Marketing Communications Success Story*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Winarko, Jati Danar Mizan. 2018. Pengaruh *Integrated Marketing Communication* terhadap *Brand Equity* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Bangun Drajat Warga). Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

[www. Permatbank.com](http://www.Permatabank.com). Diakses pada 12 Agustus 2019

[www. Idntimes.com](http://www.Idntimes.com). Diakses pada 30 Juni 2020

[www. viva.co.id](http://www.viva.co.id). Diakses pada 30 Juni 2020

