

DAFTAR PUSTAKA

- Chrismadani, Yustina. "Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi UMKM." *Jurnal Neobis* 8, no. 2 (2014): 176-190. Diakses pada 5 Juni 2020. [Http://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/download/472/442](http://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/download/472/442).
- Fritz Kleinstauber dan Siswanto, Strategi Manajemen Pemasaran, (Jakarta : Damar Melia Pustaka,2002) Hlm 8
- Gasli, A. Sarni A. 2016. "Gaya Hidup Remaja(Studi Kasus Penonton Film di Bioskop Xxi Mall Panakkukang)". Skripsi. FISIP. Departemen Antropologi Sosial. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Ikhwani, Rouzatul dan Nur Anisah. "Pengaruh Price Discount Framing Terhadap Keputusan Wanita Membeli Produk Pakaian Wanita di Suzuya Mall, Setui Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah2*, no. 2 (2017): 14-29. Diakses pada 5 Juni 2020. [Http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/2676](http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/2676).
- Khotimah, Nurul dan Ratna Permata Sari. "Strategi Intergrated Marketing Communication Bioskop Platinum Cineplex Solo dalam Menarik Minat Penonton." *Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2016): 63-74. Diakses pada 2 September 2019. [Https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/7657](https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/7657).
- Kurnianti, Apsari Wahyu. "Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK." *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*1, no. 1 (2017): 69-84. Diakses pada 5 Juni 2020. [Http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/392/352](http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/392/352).
- Kurniawan, Novalianto. 2008. "Strategi Integrated Marketingcommunications (IMC) Pt. Indosat Tbk dalam Meningkatkan Citra Perusahaan." Skripsi. FISIP. Ilmu Komunikasi. Universitas Mercu Buana. Jakarta
- Lestari, Patricia Eva. "Faktor-Faktor Yang Menjadi Alasan Konsumen Memilih Menonton Film Di Bioskop Cinema XXI." Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2010.
- Manurung, Indra Michael. 2016. "Strategi Pemasaran Iklan Produk di Bioskop 21 dan Minat Calon Konsumen (Studi Korelasi pada Mahasiswa

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU)." Skripsi. FISIP. Ilmu Komunikasi. Universitas Sumatera Utara. Medan.

- Moleong, Lexy J. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2013 *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Murti Sumarni, dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*, Edisi ke 5, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2010), H. 274.
- Nurdiyanto, Achmad. 2018. "Strategi *Integrated Marketing Communication* dalam Mendapatkan Sponsorship Klub Sepak Bola (Studi Deskriptif Kualitatif pada Persebaya Surabaya FC Kompetisi 2017)." Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampe. Surabaya.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 2, (Jakarta : Indeks, 2004) H. 610
- Philip Kotler dan Gary Amstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 2 (Jakarta : Indeks, 2004) H. 640.
- Pritandhari, Meyta. "Strategi *Integrated Marketing Communication (IMC)* Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota BMT Amanah Ummah Sukoharjo. *Jurnal Ekonomi* 1, no. 2 (2014): 1-17 . Diakses pada 19 Desember 2019. <https://media.neliti.com/media/publications/13875-ID-strategi-integrated-marketing-communication-IMC-untuk-meningkatkan-loyalitas-ang.pdf>.
- Rahim, Muhammad. "Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sulthan Syarif Kasim Riau, 2012.
- Ramadhani, Febrianty Dwi. 2017. "Strategi *Integrated Marketing Communication* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Pariwisata Kota Palu (Studi Kasus Festival Pesona Palu Nomoni)." Skripsi. FISIP. Ilmu Komunikasi. Universitas Hasanuddin. Makassar.

- Rhenald Khasali. *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, Positioning*, (Jakarta : PT. Gramedia, 199) H. 338.
- Risky Soemanagara, *Strategi Marketing Communication*, (Bandung : Penerbit Alfabet, 2006) H. 37.
- Rismayanti,Rebekka. "*Integrated Marketing Communications (IMC) di PT Halo Rumah Bernyanyi.*"*Jurnal Komunikasi* 13, no. 2 (2016):253-266. Diakses pada 19 Desember. 2019.https://www.researchgate.net/publication/313829722_Integrated_Marketing_Communications_IMC_di_PT_Halo_Rumah_Bernyanyi.
- Singal, Sindy C, dkk. "Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Lokasi Terhadap Minat Menonton diBioskop CGV Blitz Cinemas Manado."*Jurnal EMBA* 7, no. 3 (2019): 3009 - 3018. Diakses pada 5 Juni 2020. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24047>.
- Suwarto, Dyna Herlina. "Analisis Segmentasi Penonton Bioskop Yogyakarta." *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi* 46, no. 2 (2016): 215-222. Diakses pada 2 September 2019. <https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/viewFile/12248/8727>.
- Tom Brannan. *A Pratical Guide to Integrated Marketing Communications*. (Jakarta : PT. Gramedia, 1998) H. 78.
- Wenats, Ag Eka. *Integrated Marketing Communications di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Willy. "Iklan Film Bioskop "Warkop DKI Reborn" dan Minat Menonton." Skripsi, Universitas Sumatra Utara, 2017.
- Wiman Rizkidarajat. "Hikayat Bioskop-bioskop Purwokerto." *Cinemapoetica.com*. terakhir dimodifikasi 20 Mei 2016. <https://cinemapoetica.com/hikayat-bioskop-bioskop-purwokerto/>.
- Winarko, Mizan Dinar Jati. 2018. "Pengaruh Integrated Marketingcommunications (IMC) Terhadap Brand Equity (Studi Kasus pada Nasabah Bank Pembinaan Rakyat Syari'ah Bangun Drajat Warga." Skripsi. Fakultas Ekonomi Bisnis Islam. Manajemen Keuangan Syariah. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Jogjakarta.