

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. M., Budiman, S., & Rasyidi, M. G. (2024). *Analisis penerapan holistic marketing dalam era marketing 6.0. Humanities, Management and Science Proceedings*.
- Amaliyah, R. (2015). *Psikologi Komunikasi: Sistem Komunikasi Intrapersonal*. Academia.
- Arifin, H. S., Fuady, I., & Kuswarno, E. (2017). *Analisis faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa UNTIRTA terhadap keberadaan perda syariah di Kota Serang*. Retrieved from media.neliti.com
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Ekonomi Kreatif. (2017). *Outlook Ekonomi Kreatif 2017 "OPUS"*. Retrieved from bekraf.go.id
- Benjamin, W. (1973). *Handbook of General Psychology*. Prentice-Hall.
- Chandra, T., Rakhmanto, A., & Marsongko, E. P. (2023). *Studi analisis pemasaran wisata kuliner Kota Yogyakarta. Jurnal ALTASIA*.
- Chandra, S., & Sari, W. (2022). *Analisis komunikasi pemasaran dalam pengembangan brand melalui perspektif teori AIDA (Studi kasus Hotel Harper Cikarang)*. Retrieved from [ResearchGate](https://www.researchgate.net)
- Citriadin, Y. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Pendekatan Dasar*. Mataram: Sanabil.
- Fikriansyah, & Christantyawati, N. (2024). *Komunikasi pemasaran terhadap minat beli konsumen. JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0 & 6.0: Teknologi untuk Kemanusiaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Milles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. California: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Milles Matthew, B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis : A methods sourcebook*.
- Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosda Karya.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Peneltiian Kualitatif*. Alfabeta.
- Akbar, R. M., Budiman, S., & Rasyidi, M. G. (2024). Analisis penerapan holistic *marketing* dalam era *marketing* 6.0. *Humanities, Management and science proceedings*.
- Akbar, R. M., Budiman, S., & rasyidi, M. G. (2024). ANALISIS PENERAPAN HOLISTIC MARKETING DALAM ERA MARKETING 6.0. (*Humanities, Management and Science Proceedings*).
- Amaliyah, R. (2015). PSIKOLOGI KOMUNIKASI" Sistem Komunikasi Intrapersonal". *ACADEMIA*.
- Arifin, H. S., Fuady, I., & Kuswarno, E. (2017). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI MAHASISWA UNTIRTA TERHADAP KEBERADAAN PERDA SYARIAH DI KOTA SERANG . Retrieved from media.neliti.com: <https://media.neliti.com/media/publications/123770-ID-none.pdf>

- Badan Ekonomi Kreatif. (2017). *“OPUS” Outlook Ekonomi Kreatif 2017*. Retrieved from bekraf.go.id: <https://www.bekraf.go.id/berita/page/17/opus-badan-ekonomi-kreatif-outlook2017>
- Benjamin, W. (1973). *Handbook of general psychology*. PRENTICE-HALL.
- Chandra, T., Rakhmanto, A., & Marsongko, E. P. (2023). Studi Analisis Pemasaran Wisata Kuliner Kota Yogyakarta. *Jurnal ALTASIA*.
- Chandra, S., & Sari, W. (2022). *Analisis Komunikasi Pemasaran dalam Pengembangan Brand Melalui Perspektif Teori AIDA (Studi Kasus Hotel Harper Cikarang)*. Retrieved from researchgate.net: [https://www.researchgate.net/publication/361026915 Anlisis Komunikasi Pemasaran dalam Pengembangan Brand Melalui Perspektif Teori AIDA Studi Kasus Hotel Harper Cikarang](https://www.researchgate.net/publication/361026915_Anlisis_Komunikasi_Pemasaran_dalam_Pengembangan_Brand_Melalui_Perspektif_Teori_AIDA_Studi_Kasus_Hotel_Harper_Cikarang)
- Citriadin, Y. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF seuatu pendekatan dasar*. Mataram: Sanabil.
- Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi, dan Pariwisata. (2022). *STATISTIK PENYEDIA MAKAN MINUM, 2020 FOOD AND BEVERAGE SERVICE ACTIVITIES STA*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Fikriansyah, & Christantyawati, N. (2024). Komunikasi pemasaran terhadap minat beli konsumen. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration*.
- Giantika, G. G. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran IndiHome Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Journal Komunikasi*.

Jatmiko. (2014). *KOMUNIKASI PEMASARAN SEBAGAI STRATEGI MEMPERLUAS PASAR*.

Retrieved from esaunggul.ac.id: <https://www.esaunggul.ac.id/komunikasi-pemasaran-sebagai-strategi-memperluas-pasar/>