

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. H. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In P. Rapanna (Ed.), *Syakir Media Press* (1st ed.)..
- Abubakar, Rifa'i, H. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press* (pertama). SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/173882>
- Adhrianti, L. (2020). Strategi Positioning RBTv Melalui Slogan CAMKOHA (Studi RBTv Televisi Lokal Di Provinsi Bengkulu). In D. H. Santoso & H. Budianto (Eds.), *Dinamika Komunikasi Pembangunan Daerah* (1st ed., p. 280). Puskomlit.
- Asima, N. &. (2017). KEKUATAN TAGLINE DALAM MENENTUKAN POSITIONING PRODUK (Studi Kasus Tagline Pasta Gigi Tanpa Detergen). In H. B. Didik Haryadi Santoso, Kristina Andryani, Muhamad Nastain (Ed.), *Komunikasi Pemasaran dan Pengembangan Potensi daerah* (1st ed., p. 254). Buku Litera Yogyakarta Minggiran MJ II/1378, RT 63/17, Suryodiningratan, Mantriheron, Yogyakarta.
- Hamdan. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Browcyl Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Di Kota Makassar. In *Hamdan*.
- Harahap, N. (2020). *PENELITIAN KUALITATIF* (H. Sazali (ed.); pertama). Wal ashri Publishing.
- Hardianti, C. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AMARTASALAD DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B Brand Management / by Philip Kotler, .* (Issue October, pp. 1–21).
- Krismanto, R. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Pekanbaru Dalam Menarik Minat Pelanggan*.

- National, G., & Pillars, H. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July).
<https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Rachmawati, M. (2015). *Penguatan Positioning Teh Botol Sosro Melalui Perubahan Tagline*. 6, 41–47.
- Reagan, M. R., & Rosilawati, Y. (2013). Strategi Positioning Slank dalam Menanamkan Citra sebagai Salah Satu Grup Band di Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 6(1), 87–118. <https://doi.org/10.24002/jik.v6i1.208>
- Samsu. (2017). METODE PENELITIAN Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Reasearch & Development. In *Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)* (1st ed.).
[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(01\)42777-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(01)42777-2)
- Suyitno. (2018). Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya. In *Akademia Pustaka*.
- Syahputra, B. (2017). Analisis Positioning Jasa Transportasi Travel Bandung-Jakarta Pp Berdasarkan Persepsi Pelanggan Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 128. <https://doi.org/10.25124/jmi.v14i2.357>
- Syahputra, Y. A. (2019). (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Pada PT. Raja Grafindo Persada. *Doctoral Dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*.
- Tianotak, J., & Asy'ari, N. A. S. (2019). Makna Tagline 'Menjadi Yang Terbaik' Iklan Telkomsel Versi Pilot Papua Riko Kabak. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(01), 049. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v5i01.1742>
- Tjahjono, A., Samuel, P. H., Karina, R., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). Analisa Marketing Mix , Lingkungan Sosial , Psikologi Online Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–9.
- Wanto, A. H. (2018). Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 2(1), 39. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v2n1.p39->

Wardani, D. T. R. I. (2020). *STRATEGI SEGMENTASI , TARGETING , DAN POSITIONING (STP) PADA PROGRAM ACARA DI RADIO DIAN SWARA PURWOKERTO SKIRPSI* Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto.

Wijaya, L., & Anggia Rizka, L. (2021). Studi brand positioning toko kopi kekinian di Indonesia. *Journal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 78–85.

