

DAFTAR PUSTAKA

- Dewa, R. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran PIT-STOP Kopi KIG Gresik Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. Skripsi. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Sutandi, R. J, Naryoso, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Biscoff Coffee & Pastry Semarang Dalam Meraih Loyalitas Pelanggan. *Interaksi Online*, vol. 10 (2), 4-6.
- Chairunisa, R. (2013). *Strategi Komunikasi Pemasaran Bugid Waterpark dalam Menarik Jumlah Pengunjung*. Skripsi. Makasar: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Aditya, W, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Event Tupperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT. Riau Cahaya Utami di Kota Pekanbaru). *JOM FISIP*, vol. 4 (1). 3-9.
- Noprisanti, A, A. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Mekar Mulya Pacifik Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Kabupaten Bandung Barat*. Skripsi. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Shaputri, D, A, Abdurrahman, M, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Café Coffee Di Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Morning Glory Coffee). *E-Proceeding of Management: vol. 6 (3)*. 6-15.
- Karlina, R. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Promosi PT Lotte Mart Indonesia*. Skripsi. Jakarta: Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Permatasari, I. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Gotix Cake Melalui Instragra Pada PT. Setia Kawan Indonesia*. Skripsi. Jakarta: Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Sari, N. (2018). *Narasi Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop “Filosofi Kopi”*. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008b). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K, L. (2006). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Indonesia: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung: Afabeta.
- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.
- Sulaksana, U. (2003). *Intergrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya, Cetakan 1.
- Kertajaya, H. (2004). *Positioning, Diferensiasi dan Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kennedy, E, J. Soemanegara, D. (2012). *Marketing Communication Praktik dan Strategi*. Jakarta: Gramedia.
- Arifin. A. (2002). *Membaca Saham*. Yogyakarta: Andi
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Pernada Media Group.
- Gitosudarno, I. (1999). *Management Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Fuad, M. H., C., Nurlala, Sugiarto & Paulus. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mursid, M. (2005). *Management Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi
- Machfoezdz. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Unit Penerbit & Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.