

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adhianti, H. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. *Jurnal Scriptura*, 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/scriptura.10.1.34-42>
- Angipora, M. P. (1999). *Dasar - Dasar Pemasaran* (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Ari, W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di D'Stupid Baker Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol.3, No., 4.
- Auliya, S. P. (2022). Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7577>
- Broadford, K. (2008). *The Power of Creative Marketing: Merancang Strategi Pemasaran Kreatif Untuk Menaklukan Pasar* (A. R (ed.)). Berkualitas Prima.
- Deddy, M. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Remaja Rosda Karya.
- Deddy, M. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya.
- Jessica Novita, S. W. (2021). Marketing Communication Strategy of Sunyi House of Coffe and Hope in Branding Image as a Difabel Friendly Café. *Advances in Social, Education and Humanities Research*, 570. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.210805.113>
- Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kelley, E. J. (1972). *Marketing Plan and Competitive Strategy*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. B. B. Sabran (ed.); 1st ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran I*. Erlangga.
- Kotler Philip, K. K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana (ed.); 13th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2020a). *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif di Era Industri 4.0* (1st ed.). Andi Offset.
- Kuncoro, M. (2020b). *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif di Era Industri 4.0*. Andi Offset.
- Lindlof, T. R. (1995). *Qualitative Communication Research Methods*. Thosan

Oaks: Sage.

- Muhammad Yusuf Saleh, M. S. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.); 1st ed.). CV Sah Media.
- Nasution. (2007). *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Bumi Kasara.
- Ningrum, I. (2016). Pengaruh Event dan Branding Image Terhadap Minat Beli Produk Rokok Sampoerna a Mild Pada PT Hm Sampoerna. *E-Journal Manajemen Kinerja, Vo.2 No.1*.
<https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/view/95>
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran. Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran* (1st ed.). Prenada Media Group.
- Parry, S. (2002). *Succesful Events Management A Practical Handbook*. Continuum.
- Purnama Edwin, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *Manajemen Dan Start-Up Bisnis, Vol.1 No.6*, 755–764.
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/404>
- Sudrartono, T. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil. *Jurnal Ilmiah Manajemen, 10 No.1*.
<https://media.neliti.com/media/publications/325656-pengaruh-segmentasi-pasar-terhadap-tingk-d6ca2439.pdf>
- Sulaksana, U. (2003). *Integrated Marketing Communications*. Pustaka Pelajar.
- Sunyoto Danang, S. F. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* (1st ed.). PT Buku Seru.
- Suryabrata, S. (1987). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali Press.
- Sutopo, H. . (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. UNS Press.
- Swastha, B. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Liberty.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.

Jurnal

- Adhianti, H. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. *Jurnal Scriptura, 10*. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/scriptura.10.1.34-42>
- Auliya, S. P. (2022). Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, 9*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7577>

Jessica Novita, S. W. (2021). Marketing Communication Strategy of Sunyi House of Coffe and Hope in Branding Image as a Difabel Friendly Café. *Advances in Social, Education and Humanities Research* 570. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.210805.113>

Ari, W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di D'Stupid Baker Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol.3, No., 4.

Purnama Edwin, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks." *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol.1 No.6, 755–764. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/404>

Internet

SIRCLO dan Katadata Insight Center Luncurkan Riset E-Commerce, 74,5% Konsumen Lebih Banyak Berbelanja Online Daripada Offline - SIRCLO. (2021, October 22). SIRCLO. <https://www.sirclo.com/blog/sirclo-dan-katadata-insight-center-luncurkan-ri-set-e-commerce-745-konsumen-lebih-banyak-berbelanja-online-daripada-offline/>

Erlangga Djumena. (2021, October 22). *Riset: Masyarakat Lebih Banyak Belanja Online Dibanding Offline*. KOMPAS.com; Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2021/10/22/211000926/ri-set--masyarakat-lebih-banyak-be-lanja-online-dibanding-offline>