DAFTAR PUSTAKA

A.M, Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu.* Jakarta: Penerbit Kencana

Asturi, Yuni. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Puspa Laweyan Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Aulia, M. F., & Atmami, H. (2023). *Skema Perancangan Media Visual Kampanye (Ideological) Bagi Desain Komunikasi Visual*. *Deskovi: Art and Design Journal*, *6*(1), 48–60

Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2007). *Research For Education: An Introduction To Theories And Methods*. New York: Pearson.

Budiutomo, Apri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

Elda Krismanto, Rino. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Pekan Baru Dalam Menarik Minat Pelanggan*. Universitas Islam Riau.

Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Indrawati. (2018). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: PT Refika Aditama.

Kotler, P. and Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran.* 12th edn. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran*.Diterjemahkan oleh Natalia Ruth Sihandrini.Bhuana Ilmu Populer:Jakarta

Mahmuda, I. S. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Ahli Kaos dalam Meningkatkan Konsumen*.

Paiman, P. (2019). *Implementasi Strategi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Desa Gucialit Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang Studi Kasus Pada Komunitas Gowa (Gucialit Organisasi Wisata Alam)*. Lumajang: Skripsi, STIE Widya Gama Lumajang.

Raharjo, Tri Weda., dan Herrukmi Septa Rinawati. *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019.

Rizky, A. W. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Event Tupperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen* PT.Riau Cahaya Utama di Kota Peknbaru).

Romadona, Rahma Mia. (2012). *Perluasan Brand Sebagai Strategi Branding Peningkatan Reputasi Rumah Sakit*.Universitas Gadhah Mada: Yogyakarta

Septian, Dedi. (2016). *Strategi Kmunikasi Pemasaran Café Tong Susu Pekan Baru Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*. Universitas Riau: Pekanbaru

Siregar, A. F., & Syahriza, R. (2022) Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Asuransi Syariah pada Asuransi Jiwa Bumiputera Syariah 1A. *Manajemen Akuntasi (Jumsi), 2*(8.5.2017), 2003–2005

Sudaryana, Bambang. (2018). *Metode Peneliian Teori dan Praktek Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: *Deepublish Publisher.*

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R*&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. Alfabeta.

Tirta Ladiku, Anggi. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (Ukm).* Institut Agama Islam Negeri Manado.

Trisnanto, Adhy. (2007). *Cerdas Beriklan.* Yogyakarta: Galang Press.

Widodo, H. P., & Maryama, M. (2021). *Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning dalam Membentuk Brand Image Kafe Pan Java*. Jurnal Komunikasi Nusantara,

Yafis, Muhammad. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Mutual Space di Kota Palembang.* Universitas Sriwijaya.