

DAFTAR PUSTAKA

- Al Khomsa, F., & Nurjanah. (2015). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAFE KOPMIL PING 2 U PEKANBARU DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN Oleh. *Jom FISIP*, 2(2), 1. <https://media.neliti.com/media/publications/32482-ID-strategi-komunikasi-pemasaran-kafe-kopmil-ping-2-u-pekanbaru-dalam-mempertahanka.pdf>
- Duncan, T, Morisson, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran terpadu*. Kencana.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Remaja Rosda Karya.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Penerbit Qiara Media. https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Produk_dan_Merek/Fz6nDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=dalam+bukunya+yaitu+dengan+promosi+penjualan+dilakukan+agar+dapat+memberikan+benefit+berupa+respon+dan+komunikasi&printsec=frontcover
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Airlangga.
- Hamzah, Radja Erland; Manogari, Rialdo Rezeky; Shabrina, R. P. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI KOPI KAMAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN. *Komunikata57*, 1(1).<http://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/komunikata57/article/view/119/72>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008a). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (1st ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008b). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Erlangga.
- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Penerbit Kencana. https://www.google.co.id/books/edition/Periklanan_Komunikasi_Pemasaran

_Terpadu/U9xDDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=morissan+periklanan+ko
munikasi+pemasaran+2010&printsec=frontcover

Narto. (2019). PENGUKURAN TINGKAT KUALITAS PELAYANAN PIT-
STOP KOPI GRESIK. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang
Raya*, 5, 11–16. <https://doi.org/10.30656/intech.v5i1.1453>

PITSTOP. (2021). *Pit-Stop Kopi We're space local creative people, Coffee,
Fashion, Music and many more*. <https://pitstopkopi.id/>

Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka
Utama.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research
Approach)*.

[https://books.google.co.id/books?id=qy1qDwAAQBAJ&pg=PA67&dq=pen
dekatan+kualitatif+:+sugiyono+2009&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwj8vITA
nsHxAhVEjuYKHYPyC9MQuwUwAXoECAsQCQ#v=onepage&q=pendek
atan+kualitatif+%3Asugiyono+2009&f=false](https://books.google.co.id/books?id=qy1qDwAAQBAJ&pg=PA67&dq=pen
dekatan+kualitatif+:+sugiyono+2009&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwj8vITA
nsHxAhVEjuYKHYPyC9MQuwUwAXoECAsQCQ#v=onepage&q=pendek
atan+kualitatif+%3Asugiyono+2009&f=false)

Selang, C. A., Bauran Pemasaran, P., & Selang Fakultas Ekonomi Jurusan
Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, C. A. (2013). BAURAN
PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL
MANADO. *Jurnal EMBA*, 71(3), 71–80.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1374>

T.Adelia Miranda K. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Batam Elektronik
Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Pekanbaru*. 7, 1–14.

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: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.