

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Alyas, M. R. (2017). *Strategi Pengembangan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)*”,
Jurnal Sosiohumaniora, Volume 19., No. 12.,
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Arviani, H., Claretta, D., Kusnanto., Delinda, N., Izzaanti, S. (2021). *Sosial Media Marketing : Peluang dan Tantangan bagi UMKM Lokal Di Masa Pandemi Covid-19*. Doi. 10.3129/simbollika.v7i1.4417
- Dermawansyah, M & Rizqi, R.M. (2021). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Volume 4 No.1 e-ISSN 2686-2484
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Fandi, T. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ferrel, O.C., Hartline, M.D. (2011). *Marketing Strategy*. Fifth Edition. United States of America: Thomson Corporation
- Hakim, H.I., Ohorella, N.R., Prihantoro, E. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram*.
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Hamzah, R., Manogari, R., & Shabrina, R. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen*. *Komunikata* 57, 1(1), 50-59. <https://doi.org/10.55122/kom57.v1i1.119>
- Harman, M. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta
- Hashifah, S.A. (2022). *Strategi Pemasaran Jenang Jubung Sebagai Jajanan Tradisional Khas Kota Gresik*. UPN Veteran Jawa Timur.
<http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/4386>
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*, Jakarta: Erlangga.
- Ismail, S. J. I., Kusnandar, T., Sanovia Y., Mayasari, R., Negara, R. M., Mahayana, D. (2021). *Study of Internet and Social Media Addiction in Indonesia during COVID-19* IJAIT (International Journal Of Applied Information Technology), 4(2), 69. <https://doi.org/10.25124/ijait.v4i02.3423>.

- Jefkins, F. (1995). Periklanan. Jakarta : Erlangga.
- Khasanah, I. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Lasagna Larise dalam Meningkatkan Penjualan. UINSunan Ampel Surabaya.
<https://doi.org/10.15642/jik.2019.9.1.85-99>
- Kotler, P & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kurniawan, A.F. (2014). Total Marketing. Yogyakarta : Kobis
- Kurniawan, F.R., Setyowat., Ihsaniyati, H. (2017). Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Usaha Kedai Susu Mom Milk Untuk Menarik Minat Konsumen. SEPA : Vol. 13 No.2 Februari 2017 : 167 – 177 ISSN : 1829-9946
- Kusumastuti, A, & Khoiron, A.M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Kotler, P., Malcolm, G., Hansen, T. (2019). Marketing Management. Harlow:Pearson Education Limited.
- Limakrisna, N. (2017). Manajemen Pemasaran Edisi 2. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Machfoedz, M. (2010). Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta : Cakra Ilmu
- Mayasari, V. (2019). Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan. Jakarta : CV Penerbit Qiara Media
- Michaelson., Gerald, A. (2004). Sun Tzu: The Art of War for Managers (Sun Tzu: Seni Perang untuk Manajer). Interaksara :Batam.
- Mulyadi, N. 2012. Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil. Bandung : Alfabeta
- Mulyana, D. (2010). Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta Press.
- Nurdiany, S. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Murid Kursus Bahasa Inggris IALF Surabaya (Kasus Pada IALF Surabaya). Thesis, Universitas Airlangga
- Panggita, A. A. (2021). The Implementation of IMC Tools on Marketing Communication in Niche Market @kedaionyi During Covid-19 Pandemic. *Jurnal Komunikasi*, 14(2). 145-165.
- Pratiwi, N., & Widhiasti, M. R. (2022). Coffee tTends in Jakarta: An Analysis of Coffee Shop Recommendations on Instagram Accounts. *Satwika: Studies in Culture and Social Change*, 6(2), 218-231
- Priansa, D.J. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.

Bandung : Alfabeta.

- Prayitno, S., & Harjanto, R. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. PT Raja Grafindo Persada
- Ropiah, S., Susanto, T., & Ramdhani, M. (2018). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Debox Cafe dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 3(2), 231–239. <https://doi.org/10.35706/jpi.v3i2.1670>
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus Edisi 2*. Jakarta :Salemba Empat
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung :Alfabeta. Suryanto. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV Pustaka Setia.
- Suryono, A. (2019). *Theories and Strategies of Social Change*. Bumi Aksara.
- Swastha, B & Handoko, T.H.(1997). *Manajemen pemasaran: Analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Liberty
- Tjiptono, (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta.
- Terence, A. S. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Umami, A. (2018). *Strategi Komunikasi Marketing Bisnis Retail Syariah Di Minimarket Sodaqo Dalam Membangun Brand Awareness*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 juta pada 2023*. Data Indonesia.id;Dataindonesia. <https://dataindonesia.id/Digital/detail.pengguna-media-sisial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>.
- Winarno, Y.S.P. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digitan Mie Mapan Dalam Meningkatkan Minat Beli Melalui Instagram*. UPN Veteran Jawa Timur. <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/21174>