

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. UPP STIM YKPN.
- Annisa, N. (2017). PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Pada PT Samsung Electronic Indonesia Cabang Pekanbaru). *JOM FISIP*, Vol 4(No 2).
- Ariesandi, N. R. (2019). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN ARNES SHUTTLE BANDUNG TERHADAP KEPUASAN KONSUMENNYA* [Universitas Komputer Indonesia]. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1589/#>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik /*. Rineka Cipta.
- Burhanuddin, D., Ni Desak Made Santi Diwyarthi, Mulyati, Muhammad Umar A, Hadawiah, Yane Puspito Sari, Sukrin, Intisari Haryanti, Muhammad Hery Santoso, Wayan Ardani, & Salehan. (2022). *Komunikasi Pemasaran*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Durianto, D. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ervianty, R. M. (2019). Penerapan Strategi Segmentasi Pasar untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan pada Produk Makanan dan Minuman Sehat Merek X di Kota Surabaya. *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF APPLIED BUSINESS*, Volume 3 N.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk skripsi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete SPSS 25*. Univ. Diponegoro Press.
- Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Shabrina, R. P. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI KOPI KAMANDALAMMENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No. <http://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/komunikata57/article/view/119/72>
- Kennedy, J. E., & R. Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication : Taktik & Strategi*. Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12). Indeks.
- Malhotra, N. K. (2010). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan* (Edisi Empa). PT

Indeks.

- Moriarty, S., Nancy Mitchell, & William Wells. (2015). *Advertising*. Prenadamedia Group.
- Morissan. (2010). *Periklanan : komunikasi pemasaran terpadu / Morissan*. Kencana.
- Mustaqim, A. (2022). *PERAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN untuk MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATAWAN DI PANTAI SEMBUKAN KECAMATAN PARANGGUPITO KABUPATEN WONOGIRI*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.
- Nizar, H. (2019). *Pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi*. Universitas Komputer Indonesia.
- Octadelfira, T., Zulkarnain, & Syapsan. (2020). FAKTOR-FAKTOR yang MEMPENGARUHI MINAT BELI dalam MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PASAR OLEH-OLEH MODERN DI KOTA PEKANBARU. *JURNAL TEPAK MANAJEMEN BISNIS, Vol. XII*.
- Rismawaty, Desayu Eka Surya, & Sangra Juliano Prakasa. (2014). *PENGANTAR Ilmu Komunikasi: Welcome To The World Of Communications*. Rekayasa Sains.
- Riva'i, M. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN dalam MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA ZIANTURI KURSUS MUSIK)*. UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN.
- Rumyeni, & Evawani Elsa. (2015). *Komunikasi pemasaran*. UR Press.
- Ruslan, R. (2008). *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Solihat, M., Melly Maulin Purwaningwulan, & Olih Solihin. (2014). *Interpersonal Skill*. Rekayasa Sains.
- Stanton, W. J. (2008). *Prinsip Pemasaaran*. Erlangga.
- Sudaryatmo. (2017). *Pengembangan Produk Lokal*. <https://www.its.ac.id/id/pengembangan-keberagaman/>
- Sudaryono. (2021). *Metodologi Penelitian kualitatif, Kuantitatif, dan Mix Method*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuatintatif, kualitatif dan R & D* (Edisi 15). Alfabeta.
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2016). *Petunjuk praktis penelitian ilmiah untuk menyusun skripsi, tesis dan disertasi* (4th ed.). Mitra Wacana Media.
- Syam, S. A., Haeruddin, M. I. W., Ruma, Z., Muhammad, Musa, I., & Hasbiah, S. (2022). *PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP*

KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE. *VALUE ADDED : MAJALAH EKONOMI DAN BISNIS*, Vol. 18, N.

Tim Editorial. (2023, May 7). *Kenali Concept Store yang Stylish! Ide Dekorasi Kekinian*. <https://www.99.co/id/panduan/concept-store/>

Tjiptono, F., & Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran strategik* (3rd ed.). ANDI.