

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia Andhini ., K. (2017). *Pengaruh Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 6, Nomor 7, Juli 2017. 6.*
- Devi Silvia Tambunan, Tri Indra Wijaksana, S.Sos., M. S. (2019). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Brand Awareness Pada OVO.*
- Faizal Imam. (2021). *Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Samsung Indonesia Dalam Mempromosikan Produk Telepon Cerdas.*
- Kotler and Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, O. (2020). *Marlina Kopi, Kafe Bernuansa Alam yang Lagi Hits di Majalengka | kumparan.com*. Kumparan.Com.
<https://kumparan.com/ciremaiday/marlina-kopi-kafe-bernuansa-alam-yang-lagi-hits-di-majalengka-1utqDbeN5SA>
- Rachmawati, F. (2018). *Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)*.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Syafina, D. C. (2019). *Pasar Bisnis Kedai Kopi di Indonesia Sudah Tembus Rp4,8 triliun*. Tirto.Id. <https://tirto.id/pasar-bisnis-kedai-kopi-di-indonesia-sudah-tembus-rp48-triliun-enBQ>
- Watono, A. A., & Waton, M. C. (2011). *IMC (Integrated Marketing*

Communication) that Sells. books.google.com.

<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=4ihRDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=minang+entrepreneurship+filosofi+dan+rahasia+sukses+etnis+minang+membangun+karakter+kewirausahaan&ots=tnsm6IiiQY&sig=4XPc7xfYOy9CpqGmLZKLfP8TXUM>

West, R., & Turner, L. H. (2017). *Introducing Communication Theory* (Terjemahan: *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*). McGraw-Hill.