

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2007). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Azzahrani, M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam Pesona Indonesia melalui Youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 144–161.
- Belch, G., & Belch, M. (2009). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Prespective*. Boston: McGraw-Hill.
- Bismala, Lila, & Susi. (2014). Model Manajemen UMKM Berbasis Analisa SWOT. *Prosiding Seminar Nasional PB31 ITM*.
- Cornelissen, J. (2017). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. New York: Sage Publications.
- Creswell, J. W., & David, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. London: Sage Publication.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. London: Sage Publications.
- Dahwilani, D. M. (2019, December 17). Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia. Retrieved November 23, 2023, from iNews website: <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage Handbook of Qualitative Research*, 5th ed. London: Sage Publication.
- Devito, J. A. (2023). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Pearson.
- Drucker, P. F. (2003). *The Practice of Management*. New York: Harper Business.
- Effendy, O. U. (2006). *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Elvira, V. (2020, April 7). Merugi Akibat Corona, Sejumlah Kedai Kopi di Bandung Tutup Sementara. Retrieved November 23, 2023, from AyoBandung website: <https://www.ayobandung.com/bandung/pr-79682654/merugi-akibat-corona-sejumlah-kedai-kopi-di-bandung-tutup-sementara>
- Endraswara, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Englund, T. R., Hedrick, V. E., Duffey, K. J., & Kraak, V. I. (2020). Evaluation of integrated marketing communication strategies used for the Fruits & Veggies

- Campaign in California and Virginia. *Preventive Medicine Reports*, 18. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2020.101062>
- Febriana, B., & Setyanto, Y. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prologia*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6138>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Grant, R. M. (2021). *Contemporary Strategy Analysis*. New Jersey: Wiley-Blackwell.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Airlangga.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2017). *Exploring Corporate Strategy*. In *Exploring Corporate Strategy* (8th Edition).
- Kennedy, John. E., & Soemanagara, R. D. (2009). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: Buana Ilmu.
- Khaidir, K. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa Pada PT Sahara Kafila Wisata di Jakarta* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Essex: Pearson Education.
- Kotler, Phillips, & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kriyanto, R. (2020). *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Media Grup.
- Kwok, L., Tang, Y., & Yu, B. (2020). The 7 Ps marketing mix of home-sharing services: Mining travelers' online reviews on Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 90. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102616>
- Latvasalo, P., & Björk, P. (2019). *Trends for Business and Destination Development*. Fasa: Kvarken.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2019). *Theories of Human Communication: Eleventh Edition*. Long Grofe: Waveland Press Inc.
- Machfoedz, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). *ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di*

- Kedai Digital 8 Solo). *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 3(01).
<https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.470>
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. New York: John Wiley & Sons.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2019). *Strategy Bites Back: It is a Lot more, and less, than you ever imagined*. London: Pearson.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mustafa, D. , H. S., & Mallawi, M. N. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Buku PT. Rineka Cipta Makassar*. *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Nabila, J., & Erlianti, G. (2021). *Strategic Marketing Planning for Services at the Library of University Negeri Padang*. 4th International Conference on Language, Literature, and Education.
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Adm Policy Ment Health*, 42(5).
- Pettijohn, C. E., Pettijohn, L. S., & Taylor, A. J. (2002). The influence of salesperson skill, motivation, and training on the practice of customer-oriented selling. *Psychology & Marketing*, 19(9), 743–757. <https://doi.org/10.1002/mar.10033>
- Pickton, A., & Broderick, A. (2005). *Integrated Marketing Communication*. Essex: Pearson Education.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putri, N. D., & Ardhanariswari, K. A. (2020). *Sinergitas Marketing dan Promotional Mix dalam Konsep Sustainable Tourism sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1).
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.

- Rakhmat, J. (2019). Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rehman, S. ul, Gulzar, R., & Aslam, W. (2022). Developing the Integrated Marketing Communication (IMC) through Social Media (SM): The Modern Marketing Communication Approach. SAGE Open, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221099936>
- Salindra, B. C., & Supratman, L. P. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI @PARTE.CO. E-Proceeding of Management Volume 7 No.2. Bandung: Telkom University.
- Sasoko, D., & Mahrudi, I. (2023). Teknik Analisa SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. Studi Interdisipliner Perspektif, 22(1).
- Setiadi, N. J. (2003). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shimp, T. A. (2013). Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. Boston: Cengage Learning.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC). Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sugiyono. (2016). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, U. (2003). Integrated Marketing Communication. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sundaro, H. (2022). POSITIVISME DAN POST POSITIVISME : REFLEKSI ATAS PERKEMBANGAN ILMU PENGETAHUAN DAN PERENCANAAN KOTA DALAM TINJAUAN FILSAFAT ILMU DAN METODOLOGI PENELITIAN. Modul, 2(1).
- Sutisna. (2001). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B., & Irawan. (2011). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Ulfa, P., Ikhwan, S., & Harini, D. (2022). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Analisis Swot Olahan Bawang Merah Pada PT. Sinergi Brebes Inovatif. JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS, 15(2), 346–357. Retrieved from <http://journal.stekom.ac.id/index.php/E>

- Villanova, D., Bodapati, A. V., Puccinelli, N. M., Tsiros, M., Goodstein, R. C., Kushwaha, T., ... Hatfield, C. (2021). Retailer Marketing Communications in the Digital Age: Getting the Right Message to the Right Shopper at the Right Time. *Journal of Retailing*, 97(1), 116–132. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.02.001>
- Widuri, R., & Sutanto, J. E. (2018). Differentiation Strategy and Market Competition as Determinants of Earnings Management. 3rd International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 2018) . Atlantis Press.
- Wursanto, I. (2005). *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods*. London: Sage Publication.
- Zanatunnisa, A., Arisman, A., & Barlian, B. (2023). The Effect of Content Marketing and Electronic Word of Mouth (e-wom) on Purchasing Decisions of the Tasikmalaya Regency Transportation Office (Survey of University of Perjuangan Tasikmalaya Students Class of 2019 Erigo Cunsomers in The Tiktokshop Applica. *Journal of Indonesian Management*, 3(3). <https://doi.org/10.53697/jim.v3i3.1409>