

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M., Kurdi, M., & Anwar, S. (2021). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Amanda Cafe Di Era Revolusi Industri 4.0. *Journal Missy (Management And Business Strategy)*, 2(1), 32-37.
- Amelia, S., & Jamiati, K. N. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan H&M Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen:(Survei Pada Pengunjung Offline Store H&M). *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 239-249.
- Ardianto, Y. (2019). Memahami Metode Penelitian Kualitatif. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*.
- Arbainah, A. (2020). *Analisis Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Wisma Intan Syariah Kota Martapura* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan Mab).
- Assauri, S. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Assauri, S. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Pt. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Asmaradewi, Y. (2019). Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro. *Universitas Semarang*.
- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147-157.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep Dan Aplikasi Di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Suryadi, E. (2018). Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori Dan Praktis Di Era Global. *Bandung: Pt Remaja Rosdakarya*.
- Elsa Putri, E. (2023). *Komunikasi Pemasaran Cafe Omdut Coffe Dalam Menarik Minat Konsumen Di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Hakim, L., & Putro, W. E. (2022). New Media Dalam Membantu Kinerja Humas Pokdarwis Mempromosikan Wisata Alam Dan Budaya Di Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 6(1), 69-85.
- Nia, L., & Loisa, R. (2019). Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi Di Kalangan Ibu Rumah Tangga). *Prologia*, 3(2), 489-497.

- Kembuan, P. C., Mananeke, L., & Soegoto, A. S. (2014). Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Pembiayaan Mobil Pada Pt. Adira Dinamika Multifinance Tbk Cabang Manado.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). Marketing Communication: Taktik Dan Strategi. *Jakarta: Pt Buana Ilmu Populer*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th Ed.). United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing: Global Edition* (14th Ed.). New Jersey, Us: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2001). *Manajemen Pemasaran Global*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Edisi Ke 15. *Penerbit: Pearson*.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Pada Zakiyya House Bojonegoro. In *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 2).
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(1), 183-188.
- Nadapdap, K. M. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dan Mempertahankan Jumlah Pelanggan Pada Hotel Danau Toba Internasional Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 1(2), 29-45.
- Oktaviani, K. (2018). Ngopi Sebagai Gaya Hidup Anak Muda (Studi: Pada Pelanggan Coffeeshop “Ruang Kopi” Di Kota Bogor). *Undergraduate Thesis*.
- Pudjaningrum, P. A. A., Barkah, C. S. A., Herawaty, T., & Auliana, L. (2022). Rumusan Program Membership, Poin Rewards Dan Email Marketing Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Semanis Kamu Cafe. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(1), 21-30.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid.
- Rahmadhani, S., & Amri, A. (2018). Pengaruh Promosi Official Account Alfamart Terhadap Keputusan Membeli Pada Pengguna Line Aktif (Suatu Penelitian Pada Masyarakat Kecamatan Lueng Bata Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 3(3).
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. *Language*, 11(273p), 20cm.

- Ri'aeni, I. (2015). Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 187-197.
- Syahrani, A. (2023). *Branding Image Melalui Iklan Di Media Sosial (Studi Hierarki Efek Pada Akun Instagram Online Shop Urbeautylife_)* (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D / Sugiyono*. Bandung:Alfabeta,.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen Pemasaran. *Edisi Kedua*. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.