

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M, dkk (2023). *Analisis Konsep Kota Cerdas dengan Pemanfaatan Internet of Things (iot) di Kota Palembang*. Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner research. 1. 461–473
- Akil, R. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Mc Donald Bojongsari Depok Dalam Mencapai Top of mind Pelanggan*. Brand Comuniccation. 3(1). 1–15.
- Djunaid. (2018). *Analisis Bauran Pemasaran (Marketing mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah Di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor*. Jurnal Fame. 1(1). 09.
- Febrianti, D., & Santoso, B. (2023). Konsistensi Operasional sebagai Bentuk Komunikasi Non-Verbal dalam Layanan Ritel. Jurnal Manajemen Komunikasi, 11(1), 78-92.
- Fitri & Ali. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Shop Kopi Tuli*. Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi. 5 (2). 95–108.
- Fitriani, D., & Santoso, B. (2021). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Berbasis Moment Marketing pada Hari Raya Keagamaan. Jurnal Komunikasi Pemasaran Terpadu, 14(2), 89-104.
- Hafiz, dkk (2023). *Analisis Bisnis Model Canvas Pada UMKM (Studi Kasus : Salad Buah Kak Yunie , Kota Tanjungpinang)*. Journal Of Social Science Research. 3(4). 2283.
- Haque-Fawzi, Grace, dkk (2022). *Strategi pemasaran konsep, teori dan implementasi*. Pascal Books. 9.
- Kurniawan, D., & Febrianti, N. (2022). Efektivitas Komunikasi Promosi Diskon terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Jurnal Komunikasi Konsumen, 15(2), 45-60.
- Kurniawan, D., & Febrianti, N. (2023). Konsistensi Komunikasi Merek dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ritel. Jurnal Komunikasi Bisnis, 16(1), 45-60.
- Kurniawan. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis Swot Pada Pengguna Indihome Di Feb Umsu*. Skripsi. 5.
- Maulana dan Ri'aeni. (2020). *Analisis SWOT Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Taman Air Sri Baduga, Purwakarta*. AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi. 1(1). 147-168.
- Nurjanah, S., & Ramadhan, A. (2020). Dampak Sistem Pencatatan Manual terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi. Jurnal Komunikasi Bisnis dan Profesional, 8(2), 112-125.
- Pongtiku, A, dkk (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Saja*. Nulisbuku.com. 236-
- Pratama, R., & Hidayat, D. (2022). Strategi Komunikasi Bisnis dalam Kemitraan Supplier-Ritel di Indonesia. Jurnal Komunikasi Bisnis dan Negosiasi, 11(1), 45-

60.

- Pratiwi, A., & Suryana, E. (2021). Strategi Diferensiasi Komunikasi Merek di Tengah Persaingan Industri Ritel. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 12(2), 89-104.
- Pratiwi, A., & Suryana, E. (2021). Variasi Produk dan Komunikasi Pemasaran: Studi pada Retail Fashion di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(3), 112-125.
- Putra, D., & Hidayat, R. (2022). Ketidakkonsistenan Respons dan Dampaknya terhadap Customer Engagement di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 10(1), 45-58.
- Putri, A., & Abdullah, M. (2023). Religiusitas dan Budaya dalam Komunikasi Pemasaran: Studi pada Konsumen Muslim Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Budaya Konsumen*, 16(1), 112-128.
- Rahmawanti, M, Hastuti (2019). *Analisis SWOT dan TOWS Sebagai Landasan dalam Perencanaan Strategis Sistem Informasi Akuntansi Persediaan di Kabupaten Bandung Barat*. *Relawan Jurnal Indonesia*. 10 (1.). 410–415.
- Ramadhani, F., & Hidayat, D. (2022). Strategi Lokasi sebagai Komunikasi Non-Verbal dalam Membangun Brand Visibility. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 14(1), 78-92.
- Saleh & Said (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Sah Media. 31-174.
- Santoso, Sukardi, & Darmadi (2023). *Analisa Mengenai Pemilihan Gaya Berpakaian Menggunakan Metode Observasi*. *Jurnal Ikraithhumaniora*. 7 (2). 153.
- Sari, M., & Putra, A. (2023). Pengalaman Komunikasi Omnichannel dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 78-95.
- Sari, M., & Putra, A. (2023). Peran Komunikasi Interpersonal dalam Meningkatkan Customer Trust pada Retail Lokal. *Jurnal Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 16(2), 34-48.
- Sari, M., & Wijaya, T. (2021). Dampak Understaffing terhadap Kualitas Komunikasi Layanan pada Ritel Modern. *Jurnal Komunikasi Organisasi*, 13(2), 89-104.
- Sari, N., & Wijaya, T. (2023). TikTok sebagai Media Komunikasi Pemasaran Efektif bagi UMKM di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Digital dan Media Sosial*, 9(2), 78-95.
- Setiawan, Heri (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Agensi Perumahan Xti Property Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Pengelolaan Digital Advertising Xti Property Menggunakan Analisis Swot)*. Skripsi. 24-26.
- Sidiq, Umar, Choiri, M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. In *Journal of Chemical Information and Modeling*. (Vol. 53. Issue 9). 4.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. 19(10). 85-233.

- Syukri & Sunrawali (2022). *Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah*. KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen. 19(1). 171.
- Wantika, dkk. (2021). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Analisis Swot Akun Instagram @Olala.Closets)*. MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi. 1 (2). 37–45.
- Wicaksono (2023). *Transformasi Digital Sudut Pandang Analisis Swot*. Seribu Bintang. 74.
- Widyastuti, Sri. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Buku Ajar. Depok: FEB Universitas Pancasila Press.
- Wijaya, R., & Pratama, I. (2020). TikTok sebagai Media Komunikasi Pemasaran Generasi Muda. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 8(2), 89-104.
- Wijaya, R., & Santoso, B. (2022). Adaptasi Tren dan Komunikasi Pemasaran di Era Digital. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 10(2), 112-128.