

DAFTAR PUSTAKA

- Adharnawati, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram@KremaKoffie dalam Membangun Brand Image (Doctoral dissertation,. *Universitas Islam Negri Sultan Syarif Riau*, 16-32.
- Adhianti, & Herlinda. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. *Scriptura*, 33-42.
- Effendy, O. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Fill, C. (2005). Komunikasi Pemasaran: Merek, Pengalaman, dan Partisipasi. *jurnal manajemen merek*, 1-8.
- Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Fitria, D. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pemasaran*, 115-130.
- Handoko, H. (2022). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: BPF.
- Handoko, T. H. (2016). *Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Salemba Empat.
- Haryoko, B. A. (2020). Analisis Data Kualitatif. *Badan Penerbit UNM*, 20.
- Johanna, K. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 10 Destinasi Pariwisata Prioritas “Bali Baru” di Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. *Jurnal ekonomi dan manajemen sistem informasi*, 15.
- Kennedy, M. S., & Soemanagara, U. (2003). *Strategi Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. Jawa Tengah: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Kotler, P. (2005). *Managemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kumar, V., & Shah, D. (2020). "Building and Sustaining Profitable Customer Loyalty.". *Journal of Retailing*, 317-330.
- Madura, J. (2010). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardalis, A. (2020). Meraih Loyalitas Pelanggan. *UMS*, 112.
- Mulyadi, A. (2020). *Manajemen Strategi: konsep, proses, dan implementasi*. Salemba empat.
- Mulyana. (2018). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Philip Kotler, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Prasetyo, W. A. (2020). *Strategi Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ramadhani. (2024). Peranan Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Membangun Kesadaran Merek "Lototo" Pt. Global Tri Solusindo. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2-6.
- Safitri, E. (2022). Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. . *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 259-267.
- Saifuddin, A. (2022). "Beli Kopi" Membangun Brand Image Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran. *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi*. (e-ISSN: 2807-6818), 1-8.
- Saleh. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Makassar: Pustaka Ramadhan.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising, Promotion, and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications*. South- Western: edisi 9.
- Suherman. (2018). *Manajemen Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Rajawali pers.
- Wattimena, G. H. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk "Kopi Kenangan". *Jurnal Sketsa Bisnis*, 25.
- Wekke ,dkk. (2019). *Metode Penelitian sosial*. Adi Karya Mandiri.
- Yudiatma , F., & Triastity, R. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ARFA. *jurnal ekonomi dan*
- Fitri, D., Anismar, A., Fazil, M., & Ula, C. W. (2021). Smartphone Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fisip 2018). *Jurnal Jurnalisme*, 10(1), 32. <https://doi.org/10.29103/jj.v10i1.4791>
- Malahayati, C. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Pada Akun Tiktok @ Kingkevin _ . *Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 3(2), 537–545.
- Safina, Z., & Ali, M. (2024). CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora Analisis Gaya Komunikasi Penjual Pada Akun Tiktok @Grosirshop_Stuff. *CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 2(4), 841–849. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14213855>