

DAFTAR PUSTAKA

Agus Hermawan, Komunikasi Pemasaran, Erlangga, Pere. PT. Gelora AksaraPratama.

Aisyah Melni, Strategi Komunikasi Pemasaran Lopo Mendailing Coffe Pada Media Sosial Instagram Di Kecamatan Penyambung, UniversitasMedan Area 2019.

Anang Firmansyah, Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan strategy), Cetakan Pertama. (Surabaya: CV.Penerbit Qiara Media,2019).

Andhi Kusumastuti and Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, edisi 01(Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP),2019).

Aryo,Bagian Distributor Barang Toko Starcross

Bilson Simamora, “Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel”.

Cici,Bagian Keuangan Toko Starcross

Desy Satriana Anas, Strategi Integrated Marketing Communication Dalam Peningkatan Brand Awareness, Volume XXIII, Nomor 2, 2019

Dewanto, Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pemasaran Produk Hasil *Co- Branding* (Studi kasus pada Starcross Clothing di Yogyakarta) 2023.

Meithina Indrasari, Pemasaran & Kepuasan Pelanggan, Cetakan Pertama. (Surabaya: Unitomo Press, 2019).

Fandy Tjiptono, dkk,” Pemasaran Strategi”.

Fajar Muhammad,Manajer Toko Starcross

Fitri Rachmawati, Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Pahlawa Ekonomi Surabaya UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.

Firmansyah, Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy), Cetakan Pertama. (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), Hal.2-3

Fred R. David, Manajemen Strategis”, (Jakarta: PT. Pren. Prenhallindo, 2002). Gitosudarmo, “ Pengantar Bisnis”. Edisi 2”(1996 : BPEE UGM)

Hani Handoko, “ Manajemen Strategi Konsep dan Aplikasi “, (Jakarta: PT. Prenhalindo. 2002).

Hardani et al, Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, Cetakan 1. (Mataram: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020),

Iqbal,Konsumen Toko Starcross,Wawancara

Jihan Indah Sari, Strategi bertahan cafe melalui pendekatan Integrated marketing communication di masa pandemi covid-19,2001

Keller, “Manajemen Pemasaran”.

Kotler, “ Dasar- Dasar Pemasaran”. (Jakarta :PT. Indeks 2011).

Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck, “Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan”, (Jakarta: Erlangga,1998).

Luluk Maslughah, *Stratego Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Dalam Pembangunan Graha Al- Quran Di Desa Buncitan Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Lupioyadi, “Manajemen Pemasaran Jasa”. (Jakarta: Salemba Empat).

Made Fajar Fernando and Ni Made Asti Aksari, “Sanitary Ware Toto Di Kota DenpasarFakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia Pesatnya Perkembangan Dunia Bisnis Saat Ini Membuat Persaingan Semakin Ketat Sehingga Menuntut Produsen Untuk Lebih Peka,Kritis Dan Reaktif Terhadap B, “*Jurnal Manajemen Unud* 7,no. 1 (2018): 443.Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa 2021.

Marcelina and Tantra, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Guest House Di Surabaya.”

M.Dermawansyah, Reza Muhammad Rizqi, Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa, *Jurnal*.

Miggy Dunovan Imy Implementasi Strategi Integrated Marketing Communication Gerai Kopi Di Masa Pandemi Covid-19. *Commercium*, Volume 4 Nomor 1Tahun 2021

Mesy, *Strategi Integrated Marketing Communication Pada Warkop Sukur Coffe NTea Di Kota Palopo*

M. Suyanto, “Marketing Strategy Top Brand Indonesia- Google Books.

M.Taufik Amir,” *Manajemen Strategik konsep dan Aplikasi*”, (Jakarta: RajaGrafindo Persada,2012), 192-198.

Nurdin Badjo, *Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku dan Putusan Pembelian*. *Journal of Islamic Management And Bussines*. hal.26. Vol. 1, No. 2 Oktober 2018

Philip Kotler dan Gary Amstrong, “ Prinsip- Prinsip Pemasaran” Jilid 1.

Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, “ *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*”, diterjemahkan oleh Banyamin Molan, (Indonesia : Pt. Indeks, 2007).

Philip Kotler, “Dasar-Dasar Pemasaran”.

Putro Delvi Yanti, “ Analisis Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan Souvenir Aceh.

Rahayu Puji Pangesti, *Implementasi Komunikasi Pemasaran Produk Co-Branding Starcross X Anggur Orang Tua*, *Jurnal Universitas Atma Jaya Yogyakarta* 2021.

Ricky Martijiono et al., “Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kakkk, Ayam Geprek” *JournalOf Marketing Surabaya*, 2018.