

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R., & Sukri, A, "Manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Baper Pekanbaru" *Jurnal Manajemen Komunikasi dan Organisasi*, 1 (01), (2022), 14-25.
- Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: CV Nas Media Pustaka, 2020), hal.80.
- Aisyah Melni, *Strategi Komunikasi Pemasaran @Lopo Mendailing Coffe pada Media Sosial Instagram di Kecamatan Panyabungan*, (SKRIPSI: UNIVERSITAS MEDAN AREA, 2019).
- Alda Anugerah Haryana, Kunto Inggit Gunawan, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol.8, Nomor 1, (2023).
- Apri Winge Adindo, *Kewirausahaan Dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memenuhi Dari Mengelola Bisnis*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2021), 39.
- Aris Ariyanto dkk, *Entrepreneurial Mindsets & Skill*, (Sumatera Barat: Penerbit Insan Cendekia Mandiri, 2021) .
- Cinthya Erika Putri Gunawan, Analisis Strategi Bisnis pada PT.Omega Internusa Sidoarjo, *Jurnal Program Manajemen Bisnis* Volume 05 Number 01, (2017).
- D S Nazara, "Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Triconsel Gunungsitoli The Effect Of Advertising On Sales Volume At Triconsel Stores Gunungsitoli Oleh : Desman Serious Nazara Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Nasional" *EMBA*, 9, 3 (2021), 1388.
- Darwin Lie, Dkk, *Strategic Management: Strategi Keunggulan Bersaing Di Era Digital*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022).
- Didin Burhanuddin Rabbani and Others, (2022) *Komunikasi Pemasaran*, ed. By Marto Silalahi (Padang, Sumatera Barat: Pt, Global Eksekutif Teknologi)
- Fitri Rachmawati, *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (Ukm) Pahlawan Ekonomi Surabaya*, (Surabaya: SKRIPSI UIN Sunan Ampel, 2018).
- Fred R. David, (2022), (Jakarta: PT. Pren, Prenhallindo, 2022).
- Fred R. David dan Forest R. David, *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep*, (Jakarta Selatan: Selemba Empat, 2017).
- Fristo Rozi Kurniawan, Setyowati dkk, "Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Usaha kedai susu Mom milk untuk menarik minat konsumen", *Jurnal SEPA*, Vol.13, (2017).

- Gendut Sukarno, Lia Nirawati, “Kontribusi Human Capital dan Customer Capital dalam Menggapai Kinerja Cafe dan Resto di Surabaya”, *Jurnal Ilmu Sosial*.vol 15.No.2, (2016) .
- Husnita, “Integrated Marketing Communication (IMC) Sebagai Strategi Penguatan Distribusi Produk”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*,Vol.3,No.52, (2019).
- Cintia Veronica Eka Prabela, *Pengaruh Integrated Marketing Communication (Imc) dan Public Relations Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Harris Hotel & Conventions Malang)*, (Malang: Skripsi Universitas Brawijaya, 2016).
- Irfan Syauqi Beik dan Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah (Edisi Revisi)*. (Jakarta:PT Grafindo Persada, 2017).
- Jonatahan, Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta:Graha Ilmu).
- Jabaluddin Hamud,Mujahidin, “Analisis Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran pada Beberapa Perusahaan di Kota Palopo”.Vol 03. No. 2, (2021).
- Kirana Prima Rahard, *Strategi Pemasaran Terpadu (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu Kafe Gulo Jowo di Kota Solo)*. (Surakarta: SKRIPSI UNIVERSITAS Muhammadiyah Surakarta, 2017).
- Lawrance R.Jauch dan William F.Glueck, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*,(Jakarta:Erlangga, 1998).
- Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996).
- Luluk Maslukhah, *Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Dalam Pembangunan Graha Al-Qur'an Di Desa Buncitan Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo*, (Surabaya: SKRIPSI Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020).
- Nurir Rohmah, “ Studi Pada Tim Pemasaran Mini Café Icepot Malang”, (2018).
- Nurdin Batjo, ”Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku dan Putusan Pembelian”. *Journal of Islamic Management And Bussines*. Vol.1 No. 2, (2018),
- Prima Nanda Geno, ”Analisis Identifikasi Strategi bersaing pada Franchise Javapuccino”. (2014).
- Rahmat Edi Irawan dan Merry Fridha, Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awarness Net TV, *Jurnal Untag*, vol.1, No.1, (2017).
- Rahmawati, Soenarto, Anastasia Riani Suprapti, Lalu Edy Herman Mulyono, Sujadi Rahmat Hidayat, Arif Rahman Hakim, *Bisnis Usaha Kecil Menengah*,Yogyakarta. (2016).

- Rizqi Fakhri, *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Cv. Lautan Rezeki Pekanbaru, Eko Dan Bisnis*, (Bandung: Kementerian Agama RI Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2018).
- Rosady Ruslan, S.H., M., *Metode penelitian: Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008) .
- S. Anwar, S. Aryani, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Kopi Shop Teman Nongkrong Dalam Meningkatkan Kualitas Pelanggan", *Jurnal SISKOM-KB*, (2023).
- Setyobudi Yayan, *Implementasi Event dan Experience dalam menarik minat pengunjung kafe: Studi pada event ;live music Nu Vivace Music Cafe Malang*, (2016).
- Siti Ropiah, Tri Susanto, M. Ramdhani, "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran De Box Cafe dalam menarik minat konsumen", *Jurnal politikom Indonesia*, (2018).
- Suci Nur Amri, *Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (Integrated Marketing Communication/imc) Rumah Jakarta dalam meningkatkan jumlah konsumen*, (Jakarta: SKRIPSI UIN Jakarta, 2021).
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 17 (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Tessa Fadillah, Nurprapti, Andin Nesia, *Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Papistar melalui Media Sosial Instagram*, (2018).
- Wenny Yuniaris, "Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Pascabayar Halo di Malang", *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol.1, No.1, 29, (2011).
- Wijul nidilah, *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Hanphone Dalam Menarik Minat Pembeli (Studi Pada Sosial Media Instagram Aplle_Tbh)*, (Batam: SKRIPSI Universitas Putra Batam, 2021).
- Yustina Chrismardani, "Komunikasi Pemasaran Terpadu Implementasi Untuk UMKM", *Jurnal NeO-Bis* 8, No.2, (2018).
- Zuriani Ritonga, *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020).