

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Arifka, N. (2021). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Sambel Layah Arcawinangun). *Tesis, IAIN Purwokerto*, 1–129.
<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/9468/>
- Asmaradewi, Y. (2019). Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro. *Skripsi*, 1–137.
- Augustien, A., Suhartono, A. W., & Sutopo, A. R. (2016). Perancangan Media Promosi Jasa Photobooth Snap in Frame Di Surabaya. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1(8), 1–9.
<https://www.neliti.com/id/publications/87272/perancangan-media-promosi-jasa-photobooth-snap-in-frame-di-surabaya>
- Krismanto, R. El. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Pekanbaru Dalam Menarik Minat Pelanggan. *Ilmu Komunikasi*.
- Oliver, R. (2021). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Safira, D. (2021). *Analisis Pemanfaatan Media Sosial Untuk Peningkatan Layanan Di Pt. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara*. 26–55.
[http://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/1076/%0Ahttp://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/1076/3/3.171420000161_BAB II.pdf](http://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/1076/%0Ahttp://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/1076/3/3.171420000161_BAB%20II.pdf)
- Salvira, D., Gede, I., Pratama, Y., & Gede Purwita, D. (2022). *Perancangan*

Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Meja Kerja Photo Booth Di Denpasar. 3(1), 20–28.

<https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/selarasrupa>

Sandy, D. C. (2020). “Sekutu Kopi” Melalui Media Sosial Instagram.

Strategi Kreatif Dalam Promosi “Sekutu Kopi” Melalui Media Sosial Instagram, 1(1), 1–21.

Syeron, I. V. (2019). Perumusan Strategi Dengan Menerapkan Analisis Kanvas Strategi, Kerangka Kerja Empat Langkah, Kerangka Kerja Enam Jalan, Dan Visualisasi Strategi Pada Jasa Persewaan Alat Outdoor. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure, 9–18.*

Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, R. S. (2016). pengaruh promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada gofood di Jakarta. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur, 2010(marketing mix), 5–24.*

Buku

Deddy Mulyana, MA., Ph.D. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*, Yogyakarta : CAPS

Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi.*

Terjemahan : Mohammad Yusuf Hamdan

Jakaeta : Salemba Humanika

- Sukirno, Sadino. 2004. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Prenada Media
- Tjiptono, Fandi. 2011. *Pemasaran Jasa* . Yogyakarta : Bayu Media Publishing_____ . 1997. *Strategi Pemasaran* . Yogyakarta : Penerbit Andi
- Swastha, Basui . 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Sembiring, Inka Janita. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Malang : Jurnal Bisnis
- Ratih, Hururiyati. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta : CV. Alfabeta
- Faitihudin . D & Anang . F. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta : CV Budi Utama
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Ombak
- Budiwati, Hesti. 2012. *Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung Kab. Lumajang*. Jurnal WIGA Vol.02

LAMPIRAN

