

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal

- Alberta, H., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711>
- Babang, R. R., & Rinata, A. R. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Sentra Tenun Prailiu dalam Meningkatkan Penjualan Kain Tenun Sumba Timur. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(2), 78–85. <https://doi.org/10.33366/jkn.v1i2.24>
- Dewa, R. P., & Tranggono, D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pit-Stop Kopi KIG Gresik dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Nomosleca*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i1.6569>
- Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Shabrina, R. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *KOMUNIKATA57: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 1(1), 50–59.
- Hikayat, A., & Ruhyadi, S. G. S. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Superindo Sukabumi. *Marketgram Journal*, 1(1).
- Khasanah, I. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Lasagna Larise dalam Meningkatkan Penjualan. *JIK: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 85–99.
- Kusumasari, R. N., & Afrilia, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu J&C Cookies Bandung Dalam Meningkatkan Penjualan | Jurnal Sain Manajemen. *Jurnal Sain - Manajemen*, 2(1), 97–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.51977/sainsm.v2i1.209>
- Latifah, A., & Basuki, U. (2021). Bauran Komunikasi Pemasaran Toko Angentyas

Di Kabupaten Temanggung (Deskriptif Kualitatif Bauran Komunikasi Pemasaran Toko Angentyas Di Kabupaten Temanggung). *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 25. <https://doi.org/10.35842/massive.v1i2.56>

Lestari, R. D., & Zuhri, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Trialista Beauty Dalam Meningkatkan Penjualan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 935–951. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.1645>

Luthfiana, R. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Social Media Instagram @npureofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Npure. *Communications*, 5(1).

Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1).

Rizki, C., Hamdalah, A., & Hertina. (2023). Peran SRC (Sampoerna Retail Community) Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Kelontong Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal of Sharia and Law*, 2(1). Retrieved from <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/article/view/391>

Sari, W. S. (2021). *Analisis Model Komunikasi Pemasaran SRC Oleh PT HM Sampoerna, Tbk Di Kabupaten Jember*. Institut Agama Islam Negeri Jember.

Setiowati, D., Anindhita, W., & Romli, N. A. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Ritel Melalui Program Sampoerna Retail Community. *Jurnal Communicology*, 11(1).

Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 38–56.

### **Buku**

Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research* (14th ed.). Boston, USA: Cengage Learning.

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Emzir. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15e ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Littlejohn. (2018). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Neuman, W. L. (2014a). *Basics of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches* (3rd ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Neuman, W. L. (2014b). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Sari, M., Siswati, T., Suparto, A. A., Jonata, Ambarsari, I. F., Azizah, N., ... Andalia, N. (2022). *Metodologi Penelitian*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Soemanagara, R. D. (2012). *Strategic Marketing Communication*. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Administrasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi* (1st ed.). Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (2018th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

### **Internet**

DSInnovate. (2023). *MSME Empowerment Report 2022*. Jakarta.

Putri, A. M. H. (2023). Jumlah UMKM Capai 8,71 Juta, Bisa Jadi “Tameng” Resesi? Retrieved August 12, 2023, from [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com/research/20230207115843-128-411724/jumlah-umkm-capai-871-juta-bisa-jadi-tameng-resesi) website: <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230207115843-128-411724/jumlah-umkm-capai-871-juta-bisa-jadi-tameng-resesi>

Src.id. (2023). Kelontong SRC | Serba Bisa #BawaPerubahan. Retrieved January 21, 2023, from [src.id](https://www.src.id/) website: <https://www.src.id/>

*Intelligentia - Dignitas*