

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, F. C., Oktarina, R. A., & Wulandari, E. R. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Cooler City Rungkut Madya Dalam Meningkatkan Penjualan. *DIGICOM: Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(1), 1-8.
- Afifah, N. (2024). Kajian literatur: pemetaan lanskap pemangku kepentingan untuk membangun autentisitas dan kepercayaan konsumen dalam pemasaran berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 9(1), 1-15.
- Ah'Zahra, F. F. (2024). Pendekatan Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Membangun Loyalitas Merek Melalui Kepercayaan Pelanggan. *Synergy in Economic & Business Management*, 1(1), 38-45.
- Akbar, F. M. A. (2020). Analisis Tantangan Dan Peluang Pengembangan Umkm Halal Dalam Era Pasar Nasional. *Zhafir: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(2), 105-130.
- Alfonsa, M., Mitan, W., & Diliana, S. M. (2024). Pengaruh Keterampilan, Potensi dan Relasi Sosial Usaha Penjahit Pakaian (Taylor) terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga di Kecamatan Nita. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 2(4), 452-481.
- Amelia, S. S. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya. *Technomedia Journal*, 8, 1-13.
- Fitriani, P. R., Choiri, L. H., & Fauziyah, A. (2021, September). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen CV. Cipta Karya Mandiri. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 12, pp. 1460-1465).
- Hadi, I. P. (2020). *Penelitian Media Kualitatif (Filosofi Filosofi Penelitian, Paradigma, Rentang Teori, Langkah-langkah Penelitian Media: Metode Reception Studies, Etnografi Media/Netnografi, Fenomenologi, Studi Kasus, Analisis Tematik)*. Depok: Rajafindo.
- Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Shabrina, R. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Komunikata* 57, 1(1), 50-59.
- Hariyanto, F. R., Lawrence, J., & Aprilia, A. (2024). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen di Welabajo Hotel Labuan Bajo. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(2), 91-105.
- Hariyanto, D. (2023). Buku Ajar Komunikasi Pemasaran. *Umsida Press*, 1 -142.
- Hartono. (2019). *Metodologi Penelitian*. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14-28.

- Hudaya, D. T. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Telkomsel dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Magenta| Official Journal STMK Trisakti*, 6(01), 910-921.
- Kasim, A. F., Rombe, E., Muzakir, M., & Tambaru, R. (2025). Analisis Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pembelian di PT Bumi Nyiur Swalayan. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(4), 726-736.
- Kusuma, S. (2024). *Manajemen Pemasaran di Era Digitalisasi*. Sumatera Barat: Tazaka Innovatix Labs.
- Le, M., Salampessy, A. P., & P, M, M. (2025). *Kewirausahaan Digital: Strategi Bisnis di Era Digital*. Sumatera Barat: Penerbit Takaza Innovatix Labs.
- Madji, S., Engka, D, S, M., & Sumual, J, I. (2019). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumput Laut Di Desa Nain Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal EMBA*. 7(3).
- Mardianto, D & Giarti. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Edunomika*, 3(1).
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54-64.
- Mastarida, F. (2023). Hubungan Kualitas Layanan, Pengalaman Konsumen, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen: Model Konseptual. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 521-526.
- Musthafa, D. (2020). Implementasi Bauran Promosi dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan perusahaan (studi kasus pada pd CV Tunas Abadi Kota Malang). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 80-90.
- Nabilaah, J., & Nurtjahjadi, E. (2024). Pengaruh Kampanye Hijau “Tumblr Day” terhadap Minat Beli Melalui Brand Trust pada Konsumen Starbucks Coffee (Studi Kasus pada Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(2), 1163-1171.
- Nugraha, P. P. (2023). Keunikan model marketing dari mulut ke mulut dalam era digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(10), 3160-3169.
- Nugroho, R., & Mujanah, S. (2023). Pelatihan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 168-172.
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas pelanggan ditinjau dari pelayanan, kepuasan dan kepercayaan pada CV cipta kimia sukoharjo. *Jurnal ilmiah edunomika*, 6(1), 540.
- Pahlevi, M. R., & Swarnawati, A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada PT Albis Nusa Wisata di Jakarta. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(4), 294-306.

- Perdana, Y., & Setyaningsih, R. (2023). Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Amidas Gontor Dalam Meningkatkan Ekuitas Merek. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 7(2), 199-213.
- Putri, A., Puspitarini, P. S., & Hellyani, C. A. (2024). Dampak Komunikasi Pemasaran melalui Emotional Advertising terhadap Keputusan Pembelian. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 4, pp. 119-127).
- Putri, S., & Utomo, Y. P. (2025). Peran Karakteristik Individual dan Motivasi Dalam Kinerja Pemasaran Direct Selling (Studi Kasus: Karyah Barokah Pangsit Keripik Kupangq). *Determinasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 65-70.
- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). TEORI PENDAPATAN (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio) . *Penerbit Tahta Media*.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Jember: Zifarama Publishing.
- Rini, P. (2021). Analisis Pengaruh Pengakuan Pendapatan Pada Perhitungan Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia (JABISI)*, 2(1), 62-71.
- Saleh, S. (2023). *Mengenal Penelitian Kualitatif: Panduan bagi Peneliti Pemula*. Sulawesi Selatan: AGMA.
- Salisah, N. H., Dewi, P. R., Ramadhani, R. M., Mubarak, R., & Gufron, S. (2024). Peran Spiritualitas dalam Pemasaran: Sebuah Tinjauan Bisnis dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan. *Konferensi Media dan Komunikasi*, 1(1), 82-89.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sularno, M. (2025). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness Di Era Media Sosial. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 228-240.
- Tineka, Y. W., Amborowati, A., & Noriska, N. K. S. (2024). Analisis Dampak Pendapatan Total Terhadap Laba Bersih Tahunan. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(3), 763-774.
- Viatra, A. W., & Putra, M. E. P. (2024). Strategi Branding Peningkatan Skala Usaha Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Darussalam, Desa Burai, Tanjung Batu, Ogan Ilir, Sumatra Selatan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 24(1), 10-21.
- Wardani, S. (2023). Transformasi Interaksi Bisnis dan Konsumen dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(2), 26-35.
- Wattimena, G. H. J. A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk “Kopi Kenangan”. *Sketsa Bisnis*, 11(1), 24-41.
- Yahya, S. A., & Patrianti, T. (2024). Pola Penyusunan Pesan Kebijakan Pemerintah Dalam Membangun Citra Direktorat Jenderal Perhubungan Laut (Studi Deskriptif Pada Instagram @djplkemenhub151). *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi* Vol.2, No.2.