

Daftar Pustaka

- Afridayani, Chayani Yenni, D. (2020). komunikasi Bisnis. In *Business and Communication* (Issue 1).
http://eprints.unpam.ac.id/8797/1/SAK0272_KOMUNIKASI_BISNIS.pdf
- Anom, E. (2004). Public relations dalam kegiatan marketing. *Jurnal Komunikologi*, 1(1), 1–5. <https://digilib.esaunggul.ac.id/public-relations-dalam-kegiatan-marketing-4568.html>
- Ardhoyo, T. E. (2013). (Public Relations) Dalam Mempromosikan Produk Perusahaan. *Jurnal ILMIAH Widya*, 1(1), 15–21.
[file:///C:/Users/asus/Downloads/100-Article Text-315-2-10-20130905.pdf](file:///C:/Users/asus/Downloads/100-Article%20Text-315-2-10-20130905.pdf)
- Arni, A., Syukri, S., Arfah, S. R., & Haq, N. I. (2022). Coffee Lappara product branding training at the Perpustakaan Kambing Community. *Community Empowerment*, 7(6), 942–947. <https://doi.org/10.31603/ce.6101>
- Bayu Putra, R., Yeni, F., Fitri, H., & Hutapea, N. (2020). The Role of Consumer Satisfaction in Mediating Service Quality and Brand Image on Consumer Loyalty. *Sentralisasi*, 9(2), 108. <https://doi.org/10.33506/sl.v9i2.970>
- Belisa, N. (2013). Pengaruh Sales Promotion Voucher Diskon Melalui Media Sosial Instagram @Brosisdeal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Merchant Lokal Pekan Baru. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Beverland, M., & Luxton, S. (2005). Managing integrated marketing communication (imc) through strategic decoupling: How Luxury Wine Firms Retain Brand Leadership While Appearing to Be Wedded to the Past. *Journal of Advertising*, 34(4), 103–116.
<https://doi.org/10.1080/00913367.2005.10639207>
- Condruz-Băcescu, M., Diwati, Fransisca; Santoso, T. I., Hapsari, I. N., Laurent, F., Mardalis, A., Mekarisce, A. A., Quevedo Redondo, R., Antona Jimeno, T., Vicent-Ibáñez, M., & Resources, A. (2020). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IM C) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *JURNAL*

ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat, 6(2), 165–175.
<https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>

Decker, F. (2020). Forest Decker. *Top-down vs. Bottom-up Budgeting*, Baker College of Graduate Studies.

Desi Asri Shaputri, M. S. A. (2016). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN PADA CAFE COFFEE DI BANDUNG (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Morning Glory Coffee. *Brought to You by CORE Provided by Open Library E-Proceeding of Management* :, 6(3), 165–175.

Dharmmesta, B. S. (1999). Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14(3), 73–88.

Diab, B. (2009). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan (Studi Kasus pada Gies Batik Pekalongan). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1–87.

Dr. Yosali Iriantara, 2002, K. B. (2002). Komunikasi Bisnis. *Business and Communication*, 18–22.

Ecobisma, J., No, V., Kedokteran, M., & Medan, M. (2016). *Jurnal Ecobisma Vol 3 No. 1 Jan 2016*. 3(1), 116–131.

Fajar, A. (2017). Implementasi Intergrated Marketing Communication pada Tokopedia dalam Mempertahankan Pelanggan. *Jurnal Komunikasi*, 8(3), 210–214.

Finne, Å., & Grönroos, C. (2009). Rethinking marketing communication: From integrated marketing communication to relationship communication. *Journal of Marketing Communications*, 15(2–3), 179–195.
<https://doi.org/10.1080/13527260902757654>

Fitriana, F., Kamase, J., Ramlawati, R., & Rahman, Z. (2021). The Effect of Integrated Marketing Communication on Image, Satisfaction and Loyalty of Hotel Guests in Makassar City. *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)*, 3(2), 74–91.
<https://doi.org/10.56338/ijhess.v3i2.1470>

- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Gwin, C. F., & Gwin, C. R. (2003). Product Attributes Model: A Tool for Evaluating Brand Positioning. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 11(2), 30–42. <https://doi.org/10.1080/10696679.2003.11658494>
- Halawa, F. A. (2018). Peluang Bisnis Online Situs Voucher Diskon. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(2). <https://doi.org/10.30813/jpk.v2i2.1362>
- Heriwati, S. H. (2016). *SEMIOTIKA DALAM PERIKLANAN Sri Hesti Heriwati Jurusan Desain Interior Fakultas Seni Rupa dan Desain Interior ISI Surakarta*. 1–15.
- Herlina, S. (2015). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang*. 4(3), 493. www.publikasi.unitri.ac.id
- Hermawan, H. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan, Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hutabalian, Y. H., & Kalagi, J. S. (2015). Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Politeknik. *E-Journal "Acta Durma,"* IV(3), 1–10. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/7572/7125>
- Indrawati, A. D. (2013). Dan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Swasta. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, Vol. 7 No., 135–142.
- Irfanudin, A. M., Manik, C. D., & Faisal, F. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v2i1.3655>
- Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember. *Jurnal Manajemen Dan*

Bisnis *Indonesia*, 2(1), 1–15.

http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=11&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiF7_C856PbAhWOWysKHQiTBaA4ChAWCCYwAA&url=http%3A%2F%2Fjurnal.unmuhjember.ac.id%2Findex.php%2FJMBI%2Farticle%2Fdownload%2F59%2F40&usg=AOvVaw0MolJ4RlvQ7Rk8ai7Di8W0

Japariato, E. (2018). Pengaruh Logistics Service Terhadap Customer Retention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Ekspedisi Laut Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.25>

Jorie, R. J., Lopian, J., & Warokka, C. A. (2015). Pengaruh Eksperiental Marketing Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Mobil Suzuki Ertiga Pada Pt. Sinar Galesong Prima Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 231–241.

Kerr, G., & Patti, C. (2015). Strategic IMC: From abstract concept to marketing management tool. *Journal of Marketing Communications*, 21(5), 317–339. <https://doi.org/10.1080/13527266.2013.786748>

Mahardhika, Y., & Nurdian, Y. (2022). Resureksi Pangan Olahan Beku Produk Unggulan Walikukun Ngawi. *Jurnal Abditani*, 5(1), 38–44. <https://doi.org/10.31970/abditani.v5i1.86>

Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis BENEFIT*, 9(2), 111 – 119. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>

Mardhika, M. M., & Normawati, D. (2018). Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Berbasis Tik (Animasi Flash) Di Smp Muhammadiyah Se-Kota Wonosari Kab. Gunungkidul. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 473. <https://doi.org/10.12928/jp.v1i2.331>

Marwansyah, S., & Utami, A. N. (2017). Analisis Hasil Investasi, Pendapatan Premi, Dan Beban Klaim Terhadap Laba Perusahaan Perasuransian Di Indonesia. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 5(2), 213. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v5i2.533>

- McQuarrie, E., & Phillips, B. (2017). Visual Branding. *Visual Branding*, 2014. <https://doi.org/10.4337/9781785365423>
- Munthe, K., & Tiorida, E. (2017). Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 86. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i1.549>
- Normasari, S. (2013). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 1–9.
- Nurzaini, Y., & Khasanah, I. (2018). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 360–370. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/20954>
- Octaviani, V. (2016). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA PERIKLANAN PADA UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU (Studi Komparatif Iklan Media Lini Atas dan Iklan Media Lini Bawah). *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 2(2). <https://doi.org/10.37676/professional.v2i2.171>
- Palmer, A., & Koenig-Lewis, N. (2009). An experiential, social network-based approach to direct marketing. *Direct Marketing: An International Journal*, 3(3), 162–176. <https://doi.org/10.1108/17505930910985116>
- Philip Kotler, Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of* (Eighth Eur). Pearson Education. <https://lcn.loc.gov/2019035568>
- Pohan, G. R. U., & Cokki, C. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan SPBU Pertamina di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 925. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9873>
- Praditya, A. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop. *JURNAL SeMaRaK*, 2(1). <https://doi.org/10.32493/smk.v2i1.2664>
- Pratiwi, F. D., & Miraza, Z. (2019). Dampak Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Cahaya Alam Sejati. *Ecobisma*

- (*Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*), 6(1), 79–89.
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i1.43>
- Primariyanti, M. S., & Firmansyah, E. A. (2017). Aplikasi Teori Personal Selling: Kasus pada Bank Regional. *Al Tijarah*, 3(2), 41.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v3i2.1589>
- Purwanto, E., Hadiwidjojo, D., & Ratnawati, K. (2013). Preferensi Merek Sebagai Pemediasi Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Produk Insektisida Merek Asmec 36 EC di Malang Raya). *Jurnal Aplikasi Manajemen, ISSN : 1693-5241, 11(2)*, 186–196.
- Purwi, I., & Utami, T. (2018). PERSUASIF. *Jurnalupj*, 36.
<http://www.ocw.upj.ac.id/files/Slide-CMM206-CMM206-Slide-07.pdf>
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Performa*, 1(2), 162–170.
- Rachman, T. (2018). Analisis SWOT dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Rahardjo, C. R. (2016). Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food. *Jurnal Manajemendan Start-Up Bisnis*, 1(1), 32–43.
- Rahayu, T. Y., & Dewi Katili, K. R. (2019). Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Makna (Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya)*, 4(1), 139–153. <https://doi.org/10.33558/makna.v4i1.1677>
- Rissa Hanny Ela Hulasoh Fadillah. (2002). Komunikasi Bisnis. *Business and Communication*, II(1), 53–64.
- Rokhim, M. N., Septiasih, A., Triana, D. E., Nivaga, P. S., & Janah, M. U. (2022). Metafora Konseptual Lima Jari dalam Sastra Jawa: Analisis Semantik Kognitif. *Sutasoma : Jurnal Sastra Jawa*, 10(1), 10–21.
<https://doi.org/10.15294/sutasoma.v10i1.52868>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sari, D. A. (2017). PENGARUH PRICE DISCOUNT, SALES PROMOTION,

DAN IN-STORE DISPLAY TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING PADA PT MATAHARI DEPARTEMENT STORE TBK PANAKKUKANG MAKASSAR. *Alaudin*, 1–14.

Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>

Selang, C. A. D. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran... *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*, 1(3), 71–80.

Sembiring, I. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.

Semuel, H., & Putra, R. S. (2018). Brand Experience, Brand Commitment, Dan Brand Loyalty Pengguna Apple Iphone Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 69–76. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.69-76>

Shafitri, R. T. dan N. (2012). DALAM MENDUKUNG INDUSTRI PERIKANAN BUDIDAYA (Studi Kasus di Kabupaten Boyolali , Jawa Tengah). *KAJIAN PEMASARAN IKAN LELE (Clarias Sp) DALAM MENDUKUNG INDUSTRI PERIKANAN BUDIDAYA (Studi Kasus Di Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah)*, 7(2), 177–191.

Stevani, F., & Ningrum, I. K. (2018). Strategi Integrated Marketing Communication Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota Baitul Maal Wat Tamwil Amanah 99 Bojonegoro. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v6i1.927>

Sugiyono. (2017). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap*. 81(12), 49–59.

Suhartono, I. (2010). Manajemen Kinerja Pada Perusahaan Bisnis Dari Manajemen Kinerja Tradisional ke Manajemen Kinerja Baru. *Among Makarti*, 3(5), 105–118. <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/21>

Susan, M. (2015). Evaluasi Aktivitas Media Relations Hotel Santika Premiere

- Gubeng Surabaya Pendahuluan. *Jurnal E-Komunikasi*, 3(2).
- Suwarno Putri, P. P., Ariani, S. S., & Surjanti, J. (2021). Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 6(1), 14–22. <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i1.122>
- Tamindael, M., & Ruslim, T. S. (2021). Pengaruh Komunikasi Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 236. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11317>
- Tengku Walisah. (2018). Audiens dalam periklanan: sebagai target market. *Jurnal.Uinsu.Ac.Id*, 5, 51–77. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/komunika/article/view/3996>
- Theodora Simanjuntak Posma Sariguna Johnson Kennedy, P., & BNL Tobing, F. (2016). Analisis Loyalitas Pelanggan : Studi Empiris Terhadap Produk IM3 Indosat pada Mahasiswa Feuki. *Agustus*, 9816(1), 2540–9220.
- Timur, R., Di, P., & Bone, K. (2015). *Analisis Semiotika Papan Reklame Kampanye Politik Calon Legislatif Dprd Tahun 2014 Dapil I (Tanete Riattang Barat , Tanete Riattang , Tanete Skripsi)*.
- Tjahyono, N. (2014). Strategi Marketing Communications Grand City Mall Surabaya Dalam Membangun Brand Awareness melalui Eventearth Hour 2013. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(1), 1–10. <http://earthhour.wwf.or.id/tentang.php>
- Tri Joko Utomo. (2010). 68-127-1-SM jes. *Fokus Ekonomi*, 5(1), 70–80. <https://www.ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe/article/view/68/65>
- Utami, R. R., Purnomo, D., & Yunindanova, M. B. (2018). Pengaruh Dosis Pemupukan N terhadap Kualitas Biji Kakao di Punung Pacitan. *Agrotec Res Journal*, 39(1), 41–46.
- Wibawanto. (2018). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Yuliawan, E., & Cuaca, W. (2016). Mengukur Loyalitas Pelanggan Pada Brastagi Supermarket. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 6(288), 177–192.

Yuliawan, E., Cuaca, W., Widiasih, W., Dalulia, P., Kotler & Armstrong G in Wicaksono, H., Stevani, F., Ningrum, I. K., Susanty, E., Sugiyono, Subastian, D. V., Palupi, D. A. R., Firsya, E., Sanjaya, V. F., Hairul Anwar, Pratiwi, E. L., Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, ... Alfani, H. (2021). Effective Communication Skills. *Vision 2020: Innovation, Development Sustainability, and Economic Growth - Proceedings of the 21st International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2013*, 2(1), 108. <https://doi.org/10.52643/pamas.v5i2.1171>

Zain, T. (2013). JEAM Vol XII No. 1/2013 1. *Jeam*, XII(1), 1–24.