

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R., & Huda, N. (2021). Peranan Store Atmosphere, In Store Promotion dan Visual Merchandise Terhadap Positive Emotion Dan Impulse Buying. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(11), 1987–2992.
- Damayanti, M. N., & Zulfiningrum, R. (2022). Peran Brand Image Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Iklan Kecil Harian Suara Merdeka. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 106–115. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.119>
- Giantika, G. G. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran IndiHome Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Journal Komunikasi*, 12(1), 11–20.
- Hakim, H. I., Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Hartanti, & Oktiyani, R. (2020). Pengembangan Strategi Pemasaran Ayam Barokah Melalui Digital Marketing. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2), 183–190.
- Hasiholan, L. B., & Rusmawati DJ, Y. (2019). Strategi Positioning Dalam Upaya Membangun Brand. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(2), 229–240.
- Himawan, E. (2019). Pengaruh Green Brand Positioning, Green Brand Attitude, Green Brand Knowledge Terhadap Green Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 110–115.
- Katrin, K., & Vanel, Z. (2020a). Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashbac) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–12.
- Katrin, K., & Vanel, Z. (2020b). Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashbac) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–12.
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya*.
- Octaviani, J., & Setyanto, Y. (2019). Kegiatan Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Loyalitas Konsumen Di Cv. Cipta Wahana Kreasi. *Prologia*, 3(1), 154–161.
- Putra, Y., Santoso, P. Y., & Adhypoetro, R. R. (2021). Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cyber PR*, 1(1), 11–21.
- Rahmaniati, & Rimayanti, N. (n.d.). *Event Sponsorship Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Hydro Coco*. 1–14.
- Rismawati, F. F., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2019). Strategi Pemasaran Stp (Segmenting, Targeting, Positioning) Larissa Aesthetic Center Cabang Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 68. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.10793>

- Rosdiyah, Hasibuan, A. N., Hamid, A., & Matondang, Z. (n.d.). Strategy Of Market Segmentation, Targeting And Positioning In Increasing The Number Of Customers At PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan. *Journal of Sharia Banking*, 68–77.
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53.
- Saputro, J. I. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Positioning dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli pada Supermarket Superindo di Surabaya. *UMJ: UBHARA Management Journal*, 1(2), 408–412.
- Setyanugraha, R. S., Fitriana, A., & Hasibuan, R. R. (2021). Festival Wisata Online Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dan Peningkatan Kinerja Keuangan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 54–62.
- Susanto, & Sari, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoi Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–10.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16–29.
- Widodo, H. P., & Maryama, M. (2021). Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning dalam Membentuk Brand Image Kafe Pan Java. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 129–139.
- Wulandari, D. F., & Musadad. (2020). Strategy Of Segmenting, Targeting And Positioning In Marketing F&B Product At Fox Hotel Pekanbaru. *JOM FISIP*, 7(1), 1–15.
- Yuniar, W. A., Rohayati, Y., & Kusmayanti, I. N. (2022). Perancangan Perbaikan Positioning Produk T-shirt Nakhoda Nusantara berdasarkan Perceptual Mapping menggunakan Metode Multidimensional Scaling dan SWOT Analysis. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 1–15.

Sumber Lain : www.google.com