

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. PT Raja Grafindo Persada.
- Asmin, E. A., dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran: Perspektif Digital Marketing*. Media Sains Indonesia.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hermawan, A. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Kencana
- Kusumastuti & Khoiron. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Marentek, M., Supit, V., & Mandey, N. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Polimdo Press
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moniaga, F., dkk. (2024). *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Gita Lentera
- Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Kencana.
- Prasetyo, dkk. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran teori dan aplikasinya*. Pustaka Abadi.

SKRIPSI & JURNAL

- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 2(2), 59–70
- Fadilla, D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Orange Cake Untuk Meningkatkan *Brand Positioning* Menggunakan *Meta Business Suite*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Faishol, R., Masruroh, F., Meliantina, M., & Rohmah, K. (2021). Pendampingan Inovasi Produk Kaset Kaki Kain Perca Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Melalui E-Commerce Shopee Di Desa Jajag. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 241-251.

- Fawwaz, F. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Umkm Dalam Membangun *Positioning* Melalui Instagram. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 2(1), 119-127.
- Heriyadi, H. (2018). Strategi *Positioning* dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference dan Points of Parity). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (Ajie)*, 261-271.
- Hidayat, T. W. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Streetwear Lokal “Hornycupcakes” Untuk Meningkatkan *Brand Positioning* Pada Konsumen Di Kota Semarang. Universitas Islam Sultan Agung.
- Hiswanti, H., Misnan, M., Alamsyah, A., Bachtiar, A., & Pranawukir, I. (2024). Strategi Peningkatan *Brand Positioning* Untuk Produk Dan Jasa: Penyuluhan Bagi Perkumpulan Umkm Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (Ksbi) Di Jakarta Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 010-027.
- Irawan, A. R. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Bangbrew. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial dan Politik (JIMSIPOL)*, 2(2).
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk *Consumer Goods* (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 83-98.
- Kusumasari, R. N., & Afrilia, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu J&C Cookies Bandung Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(1), 97-103.
- Lathufa, A., & Wahyuni, J. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Merci Dalam Mengatasi Persaingan Coffee Shop Di Kavling Dpr Sidoarjo. *The Commecium*, 7(2), 60-67.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun *Brand Image* Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Prodak Polycrol Forte Melalui Akun Instagram@ Ahlinyaobatmaag). *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23-38.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi *Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence)* 7p Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119-127.
- Salmiati, W., Supriadi, E., Gede, I. P., Ali, M., & Bratayasa, I. W. (2023). Penguatan *Positioning* Desa Wisata Kembang Kuning Dalam Pemasaran Pariwisata Kabupaten Lombok Timur. *Journal Of Responsible Tourism*, 3(2), 755-758.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran *Online* Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan). *Jurnal REP Vol*, 4(1).

- Pribadi, R. A., Lestari, P. S., & Hidayaty, D. E. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Yang Digunakan My Kripick PT Bayou Berjaya Indonesia Untuk Meningkatkan Penjualan. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 90-99.
- Priyobodo, D. I., & Sulistiadi, W. (2022). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning dan Bauran Pemasaran pada RS X dalam Mengembalikan Kepercayaan Pasien saat Pandemi Covid-19: Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 5(4), 343-351.
- 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.
- Tjahyono, N. (2014). Strategi Marketing Communications Grand City Mall Surabaya Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui *Event Earth Hour* 2013. *Jurnal E-komunikasi*, 2(1).
- Wijaya, C., Aziza, S., & Hasanah, W. (2019). Pelanggan dan Kepuasan. *Jurnal Dharmawangsa*, 16-20.
- Pribadi, R. A., Lestari, P. S., & Hidayaty, D. E. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Yang Digunakan My Kripick PT Bayou Berjaya Indonesia Untuk Meningkatkan Penjualan. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 90-99.

WEBSITE & UNDANG-UNDANG:

- Databoks.katadata.co.id (2020). Diakses pada tanggal 30 September 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/747b5976dd85a54/harga-jadi-pertimbangan-utama-konsumen-membeli-produk-daring>
- Mediaindonesia.com (2022). Diakses pada tanggal 26 September 2024 dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/523999/andalkan-varian-rasa-dan-inovasi-bisnis-cake-cukup-menjanjikan>
- Umkmindonesia.id (2023). Diakses pada tanggal 1 Oktober 2024 dari <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)