

DAFTAR PUSTAKA

- Affifudin, & Saebani, B. A. (2012). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Afifudin, & Saebani, B. A. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Agus, H. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Arkanto, S. (1998). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- buana, a. w., Azizah, N., Pratami, R., & Margaretha, L. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WAROENG SS DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS KONSUMEN MELALUI INSTAGRAM. *Jurnal Riset Komunikasi*, 60.
- Buana, A. W., Azizah, N., Pratami, R., & Margaretha, L. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WAROENG SS DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS KONSUMEN MELALUI INSTAGRAM. *Jurnal Riset Komunikasi*, 60.
- Effendi, R., Rahadhini, M. D., & Suddin, A. (2016). ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 418.
- Fandy, T. (2003). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- George A, S., & Jhon B, M. (1997). *Kebijakan Dan Strategi Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Gregorius, C. (2002). *Strategi Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hardiwan, D. (2020, Februari Rabu). *Selama 2019, Ekonomi Jatim Tumbuh 5,52 Persen*. Dipetik Februari Rabu, 2020, dari Kominfo Jatim: <http://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/selama-2019-ekonomi-jatim-tumbuh-5-52-persen>
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. Dalam A. Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (hal. 33). Jakarta: Erlangga.
- Indriyo, G. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPF.

- J, S., & Nanda, L. (2011). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media .
- Kloter, & Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kloter, Philip, & Lane, K. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT INDEKS.
- Lexy, M. j. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurmayanti. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. 3.
- Philip, K. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rofiah, C. (2020). Simple Research With Triangulation Theory Design. *Chusnul Rofiah*, 24-25.
- Safidin, A. (1998). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sancoko, A. H., & Rahmawati, V. (2019). MEMBANGUN STRATEGI PEMASARAN UMKM KULINER KAJIAN. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 97.
- Sofjan, A. (2011). Dalam A. Sofjan, *Manajemen Pemasaran* (hal. 03). Jakarta: Raja Grafindo.
- Sofjan, A. (2011). *Manajamen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sofjan, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sofjan, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sofjan, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sofjan, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sofjan, A. (2013). *Strategi Manajemen*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2012). Manajemen Pemasaran. Dalam A. Thamrin, & T. Francis, *Manajemen Pemasaran* (hal. 14). Jakarta: Pt Raja Grafindo.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Veithzal, R. (2012). Islamic Marketing. Dalam R. Veithzal, *Islamic Marketing* (hal. 29). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Veithzal, R. (2012). Islamic Marketing. Dalam R. Veithzal, *Islamic Marketing* (hal. 10). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Veithzal, R. (2012). *Islamic Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Veithzal, R. (2012). *Islamic Marketing*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Widi, & Kartiko, R. (2010). *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.