

## Daftar Pustaka

- Afriza, E. D., & Ariyani, N. (2022). MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI DALAM PENGEMBANGAN BISNIS MEDIA BERKELANJUTAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 7(1), 143. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v7i1.22323>
- Ambaraningrum, R. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN COFFEE SHOP THAMRIN COFFEE MELALUI BAURAN PEMASARAN*.
- Bulan Lageni, I., Nurani Muksin, N., Swarnawati, A., & Syahid, L. (2023). *Strategi Integrated Marketing Communication PMB FISIP UMJ 2023 Melalui Media Sosial Instagram @fisip\_umj. 1*, 76–84.
- Devian, A., Patty, P., Rizqi, M., Made, N., & Pratiwi, I. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA TIKTOK DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE ROLAG CAFÉ SURABAYA 1*.
- Dunovan, M. (2021). *IMPLEMENTASI STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GERAI KOPI DI MASA PANDEMI COVID-19 Miggy Dunovan Ilmy* (Vol. 4). [www.covid19.go.id](http://www.covid19.go.id)
- Fajar, A. (2017). IMPLEMENTASI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) PADA PT TOKOPEDIA DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN. In *Jurnal Komunikasi* (Vol. 3). <http://www.bsi.ac.id>
- Gan Giantika, G. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran IndiHome Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Journal Komunikasi*, 12(1). <https://doi.org/10.31294/jkom>


- Grande, P., Selatan, J., Menarik, D., Dan, M., Konsumen, M., Diajukan, S., Fakultas, K., Dakwah, I., Komunikasi, I., Memenuhi, U., Memperoleh Gelar, P., Sosial, S., Sos, S., Fauziyah, O. :, & Effendy, D. (n.d.). *PUBLIC RELATIONS MIX STARBUCKS COFFEE*.
- Irmandasari, T., Prihandari Satvikadewi, A. A. I., & Romadhan, M. I. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan M Radio Surabaya*.
- Novrian, A., & Rizki, M. F. (n.d.). *Volume 6 Nomor 2 INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION KEDAI SODARE KOPI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS*.
- Reza, F., & Zuhri, S. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PESAMARAN EJJI COFFEE CORNER CABANG PURIMAS SURABAYA DALAM MENINGKATKAN KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19*.
- Romadhan, M. I., Puspaningtyas, A., & Rahmadanik, D. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PELESTARIAN BUDAYA SARONEN KEPADA GENERASI MUDA DI KABUPATEN SUMENEP*.  
<http://plat-m.com>
- Saifuddin, A. (2022a). “BELI KOPI” MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 02).
- Saifuddin, A. (2022b). “BELI KOPI” MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 02).

Sekarsari, D. G., Arief, M., & Romadhan, M. I. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RELX STORE PAKUWON GOLF DALAM MEMASARKAN PRODUK IMPOR ROKOK ELEKTRIK MELALUI MEDIA SOSIAL WHATSAPP & INSTAGRAM.*

Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @right.store Melalui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran.*

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. 1 Kartu Bimbingan












UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
 Program Studi • Administrasi Publik • Administrasi Dinas • Ilmu Komunikasi  
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi  
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email: fkip@untag-sby.ac.id

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : sava abhista sigit  
 NBI : 1152000346  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : Dr. Bambang Sigit Pramono, S.Sos.,M.Si  
 Dosen Pembimbing II : Drs. Widiyatmo Ekoputra, MA  
 Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN COFFEESHOP SAMATAHOUSE SURABAYA GUNA MEMPERTAHANKAN MINAT KONSUMEN

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
	6/11-24	Sinkronisasi judul, LBH, dan BAB I		
	11/11-24	BAB II. Memperbaiki Kerangka Pikir		
	10/11-24	Uraian bab I dan II Ane-		
	16/12-24	Uraian bab. II		
	17/12-24	Ane BAB. IV, BAB V		
	16/12-24	Perbaiki subbab 2.4 dan subbab (BAB I - III)		
	17/12-24	BAB. I - III → lanjut Bab. IV-V (uraian detail).		
	18/12-24	Ane Bab. IV - V (uraian detail).		
	19/12-24	Ane Bab. IV - V		



## **Lampiran 1. 2 Guide Interview**

### **Guide Interview yang ditujukan kepada Management Samata House Surabaya *Management Samata***

1. Apakah di samata ini mempunyai strategi komunikasi pemasaran?
2. Apakah di samata ini pernah membuat iklan?
3. Media apa yang sering dipakai jika membuat iklan?
4. Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh samata ini melalui mana saja?
5. Apakah di samata menggunakan pemasaran secara langsung?
6. Apakah samata ini pernah bikin event di area samata?  
Jika iya, beberapa sering dan kenapa?

### **Guide Interview yang ditujukan kepada Customer Samata House Surabaya**

#### Customer

1. Apakah anda mengikuti Instagram dari samata?
2. Awal tahu samata dari mana?
3. Apakah anda mengetahui salah satu iklan dari samata?  
Jika iya, bagaimana kesan anda?
4. Apakah anda mendapatkan dampak dari pemasaran langsung? Contohnya kayak diskon, bundle package, dll.
5. Jika anda sudah bukan hanya 1x ke samata, apa hal yang anda tunggu-tunggu di samata?
6. Apakah anda mengetahui event yang dibuat oleh samata?  
Jika tahu, apa kesan an

## Lampiran 1. 3 Lembar Revisi

### Lembar Revisi I

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

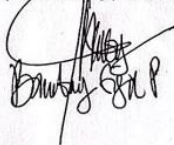
#### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Sava Abhista Sigit  
NIM : 1152000346  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 23 Desember 2024  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Coffeeshop Samata House Guna Mempertahankan Minat Konsumen

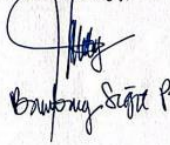
Catatan Perbaikan:

- Format penulisan disesuaikan dg standar penulisan skripsi dan Prodi Ukon.
- Sumber gambar diambil dari ~~internet~~ sumber penelitian.
- Revisi kerangka berpikir.
- Perhatikan format dan tata letak dan segera lakukan perbaikan

Surabaya, 18 Desember 2024  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

  
Bambang Sigit P

Revisi dari Dosen Penguji,

  
Bambang Sigit P

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

Lembar Revisi 2

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

**LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI**

Nama : Sava Abhista Sigit  
NIM : 1152000346  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 23 Desember 2024

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Coffeeshop Samata House Guna Mempertahankan Minat Konsumen

Catatan Perbaikan:

- A. Tergantung Strategi - konsep jelas
- B. Kisi IME & Kisi Kulonka jelas
- C. Ketersediaan data sebelum - sebelum data

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,



Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

## Lembar Revisi 3

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Sava Abhista Sigit  
NIM : 1152000346  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 23 Desember 2024  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Coffeeshop Samata House Guna Mempertahankan Minat Konsumen

Catatan Perbaikan:

- Sumber gambar cantumkan link
- Teknis penulisan - TMR, 12, spasi 1,5 kecuali judul utama
- Bab 4 → elaborasikan dgn teori & referensi
- Perbaiki abjad & objek
- Perbaiki data primer & sekunder
- Daya tarik Samata House coffeshop apa sehingga manarik yg diteliti?
- Keabsahan data

Surabaya, 13.01.2025  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Hajidah Fildzahun.

Revisi dari Dosen Penguji,

Hajidah Fildzahun

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

## Lampiran 1. 4 Transkrip Wawancara

### Hasil Transkrip Wawancara

Narasumber : **Nigel Angga Putra H**, Owner Samata House Surabaya

Tanggal Wawancara : 28 November 2024

Peneliti : Apakah di samata ini mempunyai strategi komunikasi pemasaran?

Nigel :ada, karena kita memiliki target sih untuk meningkatkan penjualan juga toh jadi untuk pemasaran yang dilakukan aku sendiri sih melalui media sosial. Nah di media sosial ini aku upload postingan itu lebih memberikan informasi tentang produk nya samata, trus suasana kalo nongkrong di samata kayak gitu sih.

Peneliti : Apakah di samata ini pernah membuat iklan?

Nigel : sering sih, karena di samata ini aku bikin event paten yang setiap bulannya ada. Sama biasanya aku ngepost story kalo ada menu baru atau mungkin beans kopi baru itu aku pasti ngestory si. Itungannya kayak memberikan kabar bahwa di samata ini ada yang baru, gitu.

Peneliti : Media apa yang sering dipakai jika membuat iklan?

Nigel : sebenarnya ada 2, ig sama tiktok tapi aku lebih sering di Instagram.

Peneliti : Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh samata ini melalui mana saja?

Nigel : yang pasti aku lakuin melalui media sosial dan khususnya di Instagram ya, karena gabisa dipungkiri Instagram sekarang bener bener bisa membantu meluaskan target pasarku juga. Dengan adanya fitur ads berbayar itu berpengaruh si.

Peneliti : Apakah di samata menggunakan pemasaran secara langsung?

Nigel : kalo dari akunya sendiri ada, biasanya aku menyuruh anak barista sama kitchen buat mengajak temen temennya biar kesamata. Tapi kalo temen temennya anak anak sendiri biasanya aku kasih diskon juga. Selain itu si aku belum pernah yang kita ke orang, lebih banyak orang yang kekita.

Peneliti : Apakah samata ini pernah bikin event di area samata? Jika iya, beberapa sering dan kenapa?

Nigel : sama kayak tadi sih, sering banget samata bikin event. Setiap bulannya pasti ada dan berbeda beda juga eventnya jadi ga monoton itu itu aja. Kalo ditanya kenapa bikin event trus ya memang aku pinginnya Samata ini ngga hanya jual produk aja, tapi jual tempat juga. Aku pengennya si jadiin samata ini space juga bagi siapapun yang mau bikin event disini atau mau mengajak samata Kerjasama bikin event. Dan itu caraku buat dapet orang baru, dapet relasi relasi baru juga mas, sama sama diuntungkan sih. Pelangganku senang, aku juga senang.

## Hasil Transkrip Wawancara

Narasumber : **Galuh Salma Sabriana A**, Manager Samata House

Tanggal Wawancara : 30 November 2024

Peneliti : Apakah di samata ini mempunyai strategi komunikasi pemasaran?

Galuh : untuk menarik customer mau baru atau yang sudah lama memakai program event yang setiap bulannya ada. Dengan adanya event yang nantinya dibagi menjadi event kecil kecil lagi atau sub event, samata bisa mentargetkan pasar yang diinginkan. Kayak contohnya event dj, pengunjung samata yang baru maupun lama sudah secara tidak langsung terorganisir bagi mereka yang menyukai music music tekno pasti dating. Sama media sosial si kalo memasarkan samata, tapi paling ‘ngena’ nya di event.

Kalo orang yang sering kesamata aku biasanya ngepush para baristaku jadi as a friend, dan juga kadang aku menyuruh buat baristaku untuk memberikan diskon pada menu yang mau dibeli. Tetep sih yang paling penting soal pelayanan, kalo pelanggan baru mendapatkan pelayanan yang bagus mereka pasti senang kan nah apalagi yang sudah notabennya sering kesamata.

Peneliti : Apakah di samata ini pernah membuat iklan?

Galuh : oh kalo disamata itu bisa dibilang sering untuk membuat iklan ya, dan pasti membuat iklan atau mempromosikan postingan itu di hari hari kebutuhan event. Kalo disamata itu setiap bulan kan pasti ada event, jadi pasti hamper setiap bulan kita mempromosikan event itu.

Peneliti : Media apa yang sering dipakai jika membuat iklan?

Galuh : kalo buat samata sendiri untuk mempromosikannya itu hanya melalui media sosial Instagram. Jadi pake paid ads jadi iklan berbayar yang bisa muncul ke ig nya orang orang sesuai prefrensi yang sudah ditentukan

Peneliti : Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh samata ini melalui mana saja?

Galuh : sebenarnya banyak, tapi samata ini sudah berprinsip kalo dari barista dan kitchennya itu bisa mengajak teman temannya kesamata. Itu menurutku salah satu bentuk mempromosikan yaa, karena dari management juga memberikan ketentuan kayak ayo diajak temen temennya ke samata. Secara tidak langsung itu menurutku si cara mempromosikan si, itu juga yang jadi bikin samata kontraknya ngga terlalu lama, kalo pergantian barista otomatis customer dari barista yang baru ini juga pasti ada. Trus samata itu juga ada program kayak jumat

berkah, jadi setiap hari jumat membagikan nasi gratis yang dibungkus paperbag dan di paperbag itu aku kasih stikernya samata. Itu menurutku salah satu cara buat mempromosikan yaa sama meningkatkan brand awareness trus ada juga pemasaran sekaligus biar menarik minat pelanggan yaitu diskon, ada dihari tertentu diskonnya cuman buat cewek, ada juga yang hanya buat cowok. Trus juga misalnya pagi dan ini lebih terkhusus orang orang yang work from anywhere sama para anak anak kampus yang lagi nugas di samata. Itu aku pesen khusus ke para barista si karena kan mereka istilahnya frontline dari samata

Peneliti : Apakah di samata menggunakan pemasaran secara langsung?

Galuh : (sudah dijawab sebelum pertanyaan ini)

Peneliti : Apakah samata ini pernah bikin event di area samata? Jika iya, beberapa sering dan kenapa?

Galuh : kalo di samata itu sama seperti yang udah aku mention, samata itu ada 3 sub event yaitu funky jungkie, samatunes, sundance. Itu jadi kayak event bulanannya samata dan disetiap sub ini berbeda beda jarak nya. Ada yang bulan sekali, sebulan sekali, tiga bulan sekali. Nah kenapa kok bikin event trus, karena di Samata ini sudah jadi identitas yang melekat kalo samata itu coffeeshop yang aktif. Jadi banyak kegiatan dan banyak acara, menurutku itu salah satu cara dari promosi dan branding. Itu si alasannya, dan samata itu tidak tertutup untuk orang orang yang bikin event, atau mungkin juga ada yang mau mengajak kolaborasi bikin event bareng juga bisa.

## Hasil Transkrip Wawancara

Narasumber: **Rio**, Customer Samata House

Tanggal Wawancara: 16 Desember 2024

- Peneliti : Apakah anda mengikuti Instagram Samata House
- Rio : ngefollow dong
- Peneliti : Awalnya tau Samata House ini darimana?
- Rio : Taunya dari ini, awalnya dulu temen saya dulu kerja di samata. Trus ngajak aku buat main ke tempat dia kerja. Trus jadi sering, kalo misal aku lagi clueless gatau bingung mau kemana akhirnya pada ujungnya ke samata. Dari situ aku akhirnya sering kesana.
- Peneliti : Apakah anda mengetahui salah satu iklan dari Samata House? Jika iya, bagaimana kesan anda?
- Rio : Pernah lihat sih, soalnya aku kan udah ngefollow Samata House jadi kadang kalo lagi ngescroll suka tiba-tiba muncul postingan baru. Kalo gagitu yang paling sering instastorynya Instagram. Apalagi kalo Samata House lagi mau ada event, dari Story Instagram sampai homepage kalo mau cari video-video yang disukai itu pasti ada muncul postingan dari SamataHouse. Aku sih kagu mya karena aku juga suka desain, karena memang desain dari Samata House ini kalua orang-orang bilang itu kalcer. Jadi aku senang aja dengan desain dari SamataHouse.
- Peneliti : Apakah anda mendapatkan promosi secara langsung? Contohnya seperti diskon, bundling, dan lain sebagainya?
- Rio : kalo pengalaman pribadiku belum pernah, justru

aku yang sering pake diskon dari samata ini. Tinggal nunjukin postingan informasi tentang diskon dan follow Instagram samata udah bisa ngeklaim diskonnya. Jadi sebelum kasirnya bilang aku udah nunjukin postinggannya, gitu.

- Peneliti : Hal yang ditunggu-tunggu dari Samata House ini jika menurut anda itu apa sih?
- Rio : hal yang paling ditunggu sih kalo aku dari eventnya sih, karena selama ini tak lihat samata selalu aktif bikin event. Kayaknya hamper setiap bulan ada event deh mereka.
- Peneliti : Apakah anda mengetahui tentang Event yang dibuat oleh Samata House?  
Jika tau, apa kesan anda?
- Rio : karena aku tadi sempet nge-mention soal event, pastinya tau. Menurutku, event-event yang dibuat oleh samata ini keren. Karena mereka sudah pasti ada massa nya dan pasti rame, gatau kenapa. Mungkin juga mereka memilah pasar pasar yang akan datang juga si jadinya mereka bisa yakin dan yaa memang selalu rame.

## Hasil Transkrip Wawancara

Narasumber : **Dhimas**, Customer Samata House

Tanggal Wawancara : 16 Desember 2024

Peneliti : Apakah anda mengikuti

Instagram Samata House Dhimas :

kayaknya si sudah mas, eh tapi gatau lagi

Peneliti : Awalnya tau Samata House ini darimana?

Dhimas : awal pertama kesini gara gara aku disuru temenku yang kerja disini buat kopag disamata. Soalnya aku gatau sebenarnya samata ini apa dan Dimana, setelah dikasih tau sama temenku eh akhirnya aku lumayan sering kesini.

Peneliti : Apakah anda mengetahui salah satu iklan dari Samata House? Jika iya, bagaimana kesan anda?

Dhimas : pernah tau, terakhir yang aku ga sengaja lihat itu kalo masalah acara dj dj an gitu. Kalo kesan sih menurutku bagus sih, pemilihan warna yang di padupadankan, trus pemilihan font juga bagus. Simple sih tapi keren.

Peneliti : Apakah anda mendapatkan promosi secara langsung? Contohnya seperti diskon, bundling, dan lain sebagainya?

Dhimas : pernah, soalnya aku kan ngga selalu buka Instagram samata ya mas. Waktu kasirnya nawarin waktu itu ada diskon setiap hari rabu kalo masalah, aku langsung klaim diskon itu mas. Kan aku gatau ya kalo memang ada diskon di setiap hari tertentu dan syaratnya cuman suruh ngefollow samata aja, aku cek tuh di Instagram samata. Ternyata memang ada dan banyak diskonnya.

- Peneliti : Hal yang ditunggu-tunggu dari Samata House ini jika menurut andaitu apa sih?
- Dhimas : hal yang paling aku tunggu si eventnya, karena seru seru.
- Peneliti : Apakah anda mengetahui tentang Event yang dibuat oleh Samata House?  
Jika tau, apa kesan anda?
- Dhimas : seru banget sih event yang dibuat samata ini. Event yang dibuat Samata ini juga jadi adu gengsi bagus-bagusan outfit, trus jadi tempat berkumpul temen lama. Seru sih, dan selalu rame kalo eventnya samata. Event yang paling aku suka itu event yang kayak bazar, ada tato, ada yang jual jasa piercing, ada yang nail art, banyak sih. Itu seru banget, soalnya kadang pasti ada dj dj an yang bikin suasana jadi lebih kacau lagi

## Lampiran 1. 5 Dokumentasi









## Lampiran 1. 6 Turnitin



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**LABORATORIUM OTONOMI DAERAH**  
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

---

### SURAT KETERANGAN

Nomor: 946/K/LOD/XII/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom  
NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Sava Abhista Sigit  
NBI : 1152000346

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%. Surat Keterangan ini diberikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 Desember 2024

Mengetahui  
Kepala Lab. Otda

  
ADMINISTRASI PUBLIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA  
Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

  
Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom

## skripsi

### ORIGINALITY REPORT

<b>15%</b>	<b>15%</b>	<b>2%</b>	<b>6%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>www.jurnal.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>conference.untag-sby.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>pdfs.semanticscholar.org</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>journal.unpas.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>www.researchgate.net</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>kawanus.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	Dandi Anggoro Aji, Rina Juwita. "BRAND ACTIVATION SEBAGAI BENTUK STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (STUDI KASUS: HEADSTOCK COFFEE DI BALIKPAPAN)", Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi, 2023 Publication	<b>1%</b>

8	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://medium.com">medium.com</a> Internet Source	<1%
10	<a href="http://siat.ung.ac.id">siat.ung.ac.id</a> Internet Source	<1%
11	<a href="http://moam.info">moam.info</a> Internet Source	<1%
12	<a href="http://repository.unjaya.ac.id">repository.unjaya.ac.id</a> Internet Source	<1%
13	<a href="http://rtae.elist-directory.it">rtae.elist-directory.it</a> Internet Source	<1%
14	<a href="http://kc.umn.ac.id">kc.umn.ac.id</a> Internet Source	<1%
15	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<1%
16	<a href="http://digitallib.iainkendari.ac.id">digitallib.iainkendari.ac.id</a> Internet Source	<1%
17	<a href="http://fisip-unmul.ac.id">fisip-unmul.ac.id</a> Internet Source	<1%
18	<a href="http://repository.upnjatim.ac.id">repository.upnjatim.ac.id</a> Internet Source	<1%
19	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	<1%

20	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
21	www.scribd.com Internet Source	<1 %
22	bukugue.com Internet Source	<1 %
23	id.123dok.com Internet Source	<1 %
24	pendaftaranmerekdagang.com Internet Source	<1 %
25	rachmawatigenta.blogspot.com Internet Source	<1 %
26	repository.iainpare.ac.id Internet Source	<1 %
27	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
28	vdocuments.site Internet Source	<1 %
29	123dok.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off