

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- A. Shimp, Terence. 2000. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu*, Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Assidiq, Yusuf. 2017, Mei 16. *Bisnis Kuliner di Jawa Timur Tumbuh 15-20 Persen*. Retrieved from <http://m.republika.co.id>. Akses pada 7 Oktober 2017 pukul 20.00 WIB.
- Babin, Barry; Lee, Yong-Kie; Kim, Eun-Fudan Griffin, Mitch. 2005. *Modeling Consumer Satisfaction And Word Of Mouth Communication: Restaurant Patronage Korea*. *Journal of Service Marketing*, 19, 133-139.
- Belch, George E & Belch, Michael A. 2001. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. Fourth Edition. Boston: McGraw Hill.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana.
- Chitty, W., Barker, N. & A. Shimp, Terence. 2008. *Integrated Marketing Communications*. 2nd Asia Pacific Edition. Australia: Chengage Learning.
- Clow, Kennet. E & Donald Baack. 2009. *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications*. Fourth Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center & Broom, Glen M. 2009. *Effective Public Relations*. Edisi 9 Cetakan Ketiga. Jakarta: Kencana.
- Habibi, Murtadha. 2014. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Rumah Sakit Ibnu Sina Pekanbaru*. Skripsi. Pekanbaru: UIN Sultan Sarif Kasim Riau.
- H.B. Sutopo. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Penerbit UNS Press.
- Kennedy, Jhon E & R. Soemanagara. 2006. *Marketing Comunication: Taktik & Strategi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary, Ang, S.H., Leong, S.M., Tan, C.T & Tse, David K. 2005. *Principles of Marketing: an Asian Perspective*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: PT Indeks.
- 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, S., Mitchell, N & Wells W.D. 2011. *Advertising & IMC: Principles and practice*. Edisi 9. New Jersey: Prentice Hall.
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Edisi 1. Cetakan 10. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, Moh. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analistik Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rosen, Emanuel. 2004. *Kiat Pemasaran dari Mulut ke Mulut*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Smith, PR. 1998. *Marketing Communications: an Integrated Approach*. London: Kogan Page Limited.
- Stevani. 2015. *Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Inera Sena Menjaga Loyalitas Konsumen Melalui Komunitas Polygoners*. Skripsi. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Sugiharto, Amin. 2014. *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gema Surya FM Ponorogo Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pengiklan*. Skripsi. Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Kedua. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wilcox, Dennis L., Cameron, Glend T., Ault, Philip H & Agee, Warren K. 2003. *Public Relations: Strategies and Tactics*. Edisi 7. New York: Pearson Education.

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA (*INTERVIEW GUIDE*)

Komunikasi Pemasaran Terpadu “Omah Nenek Cafe” Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Konsumen

1. Apakah Omah Nenek Cafe melakukan kegiatan *Advertising* atau beriklan dalam memasarkan produk dan meningkatkan jumlah konsumen? Jika YA, bagaimana proses *advertising* yang dilakukan Omah Nenek Cafe? Media apa yang digunakan dalam proses *advertising*?
2. Apakah Omah Nenek Cafe melakukan kegiatan *Direct Marketing* atau pemasaran langsung? Jika YA, bagaimana proses dan bentuk *Direct Marketing* yang dilakukan Omah Nenek Cafe?
3. Apakah Omah Nenek Cafe melakukan kegiatan *Sales Promotion* atau promosi penjualan? Jika YA, bagaimana proses dan bentuk *Sales Promotion* yang dilakukan Omah Nenek Cafe?
4. Apakah Omah Nenek Cafe melakukan kegiatan *Personal Selling*? Jika YA, bagaimana proses dan bentuk *Personal Selling* yang dilakukan Omah Nenek Cafe?
5. Apakah Omah Nenek Cafe melakukan kegiatan *Public Relation* dalam menjaga loyalitas konsumen? Jika Ya, bagaimana bentuk kegiatan *Public Relation* yang dilakukan?
6. Bagaimana hasil dari kegiatan-kegiatan promosi yang telah dilakukan Omah Nenek Cafe kaitannya dengan peningkatan jumlah konsumen?
7. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi Omah Nenek Cafe dalam melakukan berbagai bentuk kegiatan-kegiatan promosi tersebut?
8. Apakah anda sering datang ke Omah Nenek Cafe? Darimana anda mengetahui Omah Nenek Cafe?