

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi: Teori - Konsep - Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bartono, dkk. (2005). *How to Win Customers in Competitive Market: Strategi Jitu Menarik Pelanggan di Bisnis Restoran*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bungin, M. B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangra, H. H. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Designed Pendekatan Kualitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Durianto, D., Sugiarto & Sitingjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2003). *“Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi”*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ghony, M. D. & Almanshur. F. (2012) *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: AR- RUZZ MEDIA.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasan, M. I (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Kartajaya, H. (2004). *Hermawan Kartajaya on Differentiation*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Kartajaya, H. (2011). *Marketing in Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Nilasari, S. (2014). *Manajemen Strategi itu Gampang: Untuk Pemula & Orang Awam*. Cipayung: Dunia Cerdas.
- Prastowo, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Surachman, S. A. (2008). *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tai, J. & W. Chew. (2012). *Brand Management: 13 Strategi untuk Mengembangkan Merek Anda*. Kembangan, Jakarta Barat: PT INDEKS
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: ANDI.

Sumber Skripsi

- Cholid, A. (2014). *Strategi positioning produk dalam rangka membangun citra merek pada Wisata Petik Buah PT. Kusuma Satria Dinasri Wisatajaya Kota Batu*. . Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim: Tidak dipublikasikan.
- Saputra, A. A. (2018). *Strategi Diferensiasi Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Tidak dipublikasikan.

Valiandri, A. B. (2016). *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Tidak dipublikasikan.

Islami G. T. (2018). *Strategi Positioning Azhima Resort And Convention Dalam Membangun Citra*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Surakarta: Tidak dipublikasikan.

Sumber Jurnal

Abdullah, M. N. & Fitriyani, P. (2018). *Social Welfare: The Prestige of Students visitor café (Descriptive Study To Students In Bandung, Indonesia)*.

Ali, D. S. & Wahyuni, I. I. (2018). *The Role Of The Hijabers Community In Building The Brand Equity Of Muslim Fashion*.

Ardiyanti, F. (2014). *Strategi Positioning dan Diferensiasi dalam Upaya Membangun Brand Legipait Coffeeshop*.

Isnaini, M. (2013). *Strategi Branding Media Cetak Lokal Berbasis Komunitas: Studi Kasus Majalah Media Kawasan Kelapa Gading*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 11(1), 68-78.

Marzeni, W. (2013). *Analisis Pengaruh Strategi Positioning Produk Terhadap Citra Merek Pada Konsumen Sim Card Simpati Pt.Telkomsel Di Kota Padang*.

Payne, B. (2017). *Brand Positioning and its Usefulness for Brand Management: the Case of Apple Inc*. *Journal of Marketing*. 1(1), 51-57.

Reagan, M. R. & Rosilawati, Y. *Strategi Positioning Slank dalam Menanamkan Citra sebagai Salah Satu Grup Band di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 6(1), 87-118.

Setiarini, A. T. (2015). *Strategi Positioning Dan Diferensiasi Dalam Upaya Membangun Brand, Studi Kasus Ngayogjazz*. *Jurnal Tata Kelola Seni*. 1(2), 54- 67.

Wahyuni, I. I, dkk. (2017). *Community Branding Kopi Anjis #Anjisforgood*. *Journal of Social Science, Education and Humanities Research*. 150.

Zaglia, M. E. (2013). *Brand Communities Embedded in Social Networks*. *Journal of Business Research*. 66(2-2): 216-223.

Sumber Online

Cahya, P. *Ngobrol Seru Bareng Owner Bober Cafe, Ruang Komunitas dalam Kafe Hits*. Diperoleh dari <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/putriana-cahya/ngobrol-seru-bareng-owner-bober-cafe-ruang-komunitas-dalam-kafe-hits>. (Akses: 16 Agustus 2019)

Indhryani. R. (2014). *Bober Cafe: Bertahan Karena Manjakan Komunitas*. Diperoleh dari <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20140226/88/206180/bober-cafe-bertahan-karena-manjakan-komunitas>. (Akses 26 Maret 2019)

Sebangsa. *Direktori Komunitas Surabaya*. Diperoleh dari https://komunita.id/listings/?search_listing=surabaya. (Akses 14 September 2019)

Marketeters. (2011). *Mengenal Konsep-konsep New Wave Marketing*. Diperoleh dari <https://marketeters.com/mengenal-konsep-konsep-new-wave-marketing/> (Akses: 6 September 2019)

MENPANRB. (2018). *Cimahi Technopark, 'Kawah Candradimuka' Pelaku UMKM*. Diperoleh dari <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/cimahi-technopark-kawah-candradimuka-pelaku-umkm> (Akses 14 September 2019)

Putra, I. R. (2016). *Menjamurnya Bisnis Café di Tanah Air*. Diperoleh dari <https://www.merdeka.com/uang/menjamurnya-bisnis-cafe-di-tanah-air.html> (Akses 3 Januari 2019)

Rosadi, D. (2016). *Ridwan Kamil minta komunitas bantu Pemkot Bandung hadirkan perubahan*. Diperoleh dari

<https://bandung.merdeka.com/komunitas/ridwan-kamil-minta-komunitas-bantu-pemkot-bandung-hadirkan-perubahan-160227b.html> (Akses: 16 Agustus 2019)

Websindo. (2019). *Indonesia Digital 2019 : Media Sosial*. Diperoleh dari <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>. (Akses: 28 Oktober 2019)

