

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung.
- Akhmad Sefudin. (2014). *REDEFINISI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) “4P” ke “4C” (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI)*. Journal of Applied Business and Economics Volume, 1(1), 17–23.  
<https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE/article/view/1360>
- Arikunto, S. (2007). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi VI* hal 134, Rineka Apta, Jakarta.
- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Atmodjo & Marsum W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Creswell, J.W. (2016). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. ed. 4. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Diwati, F., dan Santoso, T. I. (2015). *Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Binsis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal EBANK, Vol. 6, No. 2, 33-54.
- Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Endar, S., & Sulartiningrum, S. (1996). *Pengantar Industri Akomodasi dan Restoran*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Erlina, E., & Hermawan, D. (2021). *Marketing Mix On Customer Loyalty at Coffee Shop in Bandung, Aptisi Transactions on Management (ATM)*. 5(1). 89-96.
- Erlita, N. (2016). *Potret Periklanan di Media Massa Indonesi, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 5(2), 199-210.
- Esterberg, & Kristin, G. (2002). *Qualitative Methods Ins Social Research*, Mc Graw Hill, New York.
- Firmansyah, M.A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.  
[https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334964919\\_Buku\\_Pemasaran\\_Produk\\_dan\\_Merek/links/5d47e1a04585153e593cff86/Buku-Pemasaran-Produk-dan-Merek.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334964919_Buku_Pemasaran_Produk_dan_Merek/links/5d47e1a04585153e593cff86/Buku-Pemasaran-Produk-dan-Merek.pdf). Diakses pada tanggal 7 April 2022
- Firmansyah, M.A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara

- Media. [https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678\\_Buku\\_Komunikasi\\_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fcce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fcce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf). Diakses pada tanggal 7 April 2022.
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Gasperz, Vincent, (1997). *Manajemen Bisnis Total*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Greenberg, Paul. (2010). *CRM at the speed of light : Social CRM Strategies, Tool, and Techniques for Engaging Your Customer. (4th edition)*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Hadi, P.F.D. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Doktorandus Koffie dalam Menarik Minat Konsumen Penikmat Kopi, Jurnal Pewarta Indonesia*. 2(2). 85-89.
- Harwani, Y., & Sihite, J. (2019). *The Marketing Mix Element of the Coffee Shop. A Case Study @ CoffeeBeanIndo, European Journal of Business and Management*. 11(18). 169-174.
- Hasan, G., Fitri., Napitulu, B.R., Muhammad, R., & Indriani, L.V. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Alcoffee Co-Working Space, Jurnal Mirai Management*. 7(1). 185-194.
- Hamzah, M. (2019). *Acara dan Pengalaman*. [https://www.academia.edu/41765023/Acara\\_dan\\_Pengalaman?auto=download](https://www.academia.edu/41765023/Acara_dan_Pengalaman?auto=download). Diakses pada tanggal 20 Oktober 2022.
- Hariyanto. (2019). *Riset Toffin: Bisnis Kedai Kopi Makin Menggeliat di 2019*. <https://www.industry.co.id/read/58786/riset-toffin-bisnis-kedai-kopi->. 31 Oktober 2022
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- Kotler, Philip & Armstrong. (2012). *Marketing Management. 14<sup>th</sup> ed.* New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

- Kurniawan, A.S. (2011). *Pengaruh Trust In A Brand Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Starbuck Coffe Di Semarang)*. Skripsi Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Mulitawati, M.I., & Retnasary, M. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Popolo Coffee Melalui Akun Instagram, Diakom (Jurnal Media dan Komunikasi)*. 2(2). 152-159.
- Neuman, W.L. (2006), *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach, 6th ed.* Boston: Allyn and Bacon.
- Putri, A.V., & Ali, F.S.D. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Shop Kopi Tuli, Jurnal Ilmu Komunikasi Communiverse*. 5(2). 95-108.
- Rogers, Everret M., & D. Lawrence Kincaid .(1981). *Communication Networks. Toward a New Paradigm for Reseach*. New York: The Free Press.
- Ropiah, S., Susanto, T., & Ramdhani, M. (2018). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran De Box Café dalam Menarik Minat Konsumen, Jurnal Politikom Indonesia (UNSIKA)*. 3(2). 231-239.
- Sarantakos, S. (1993). *Social Research*. Melbourne: Macmillan Education Australia Pty., Ltd.
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV Nata Karya.
- Shofa, M.N. (2022). *20 Coffee Shop Bogor Terbaik untuk Kerja, Nyaman dan Estetik!*. <https://www.kitalulus.com/seputar-kerja/coffee-shop-bogor>. 7 Oktober 2022.
- Soedarsono, D.K., Mohamad, B., Adamu, A.A., & Pradita, A.K. (2020). *Managing Digital Marketing Communication of Coffee Shop Using Instagram, International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*. 14(5). 108-118.
- Sudiartini, N.W.A, Astari, A.A.E., Kardini, N.L., & Dhani, Y.R. (2020). *The Feasibility Study of Coffee House Business Opportunity in Covid-19 Pandemic: A Case Study ati Kulo Coffee Shop Pemogan, International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*. 7(5). 38-45.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ed. 19. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ed. 19. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibisono, D. (2020). *Marketing Strategy of Madilog Coffee Shop Using Through Instagram Social Media*. *Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*. 7(1). 191-196.