

## DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, I., Grayson, C., & Aprilia, A. (2016). Pengaruh Relationship Management Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restoran Confit Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Akib, S., Mulyaningsih, T., Suhadarliyah, Yulianah, S., Yusuf, M., Sari, D. P., Purwaningsiwi, U., Amelia, D., Noekent, V., Masripah, I., Mu'ah, Pertiwi, S. A., & Ghazy, A. Al. (2023). *Komunikasi Bisnis* (M. Ahmad Bairizki, SE. (ed.)). Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL).
- Alfian, E. R., Suardika, I. B., & Septiari, R. (2021). Strategi Customer Relationship Management (CRM) Dalam Segmenting Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Hotel Gemilang Muara Bulian. *Jurnal Valtech*, 4(2), 149–156.
- Amalia, W. E., & Zurani, I. (2021). Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Indihome. *Jurnal Imiah Teknologi Komunikasi Islam Riau*, 9(2), 306–320.
- Amanda, M., Febriani, R., Reza, J., & Zulfachmi, Z. (2022). Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan UMKM (Studi Kasus Singgah Selalu & Rumah Kue Alifa). *Jurnal Bangkit Indonesia*, 11(1), 1–6. <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v11i1.194>
- Andreani, F., Chandra, F., & Wibisono, B. (2017). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks Di Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 5.
- Anindira, R. A., & Imran, A. I. (2021). *Strategi Dan Implementasi Customer Relationship Management Melalui Aplikasi KAI Access Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT.KAI*. 8(4).
- Arviani, H., Prasetyo, G. S., & Walgunadi, V. V. (2020). *Instagram and Millennial Generation: #Explorebanyuwangi Analysis*. 423(Imc 2019), 180–192.
- Azzahrani, M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Pesona Indonesia Melalui Youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 144.
- Cahyo, A. (2020). *Analisis Strategi Komunikasi kepada Pelanggan oleh Kaktus Coffee & Place Yogyakarta dalam Mencapai Target Revenue*.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Cetakan Ke). Jakarta : Rajawali Pers, 2017 Hak Cipta 2013, pada penulis.
- Carissa, A. O., Fauzi, A., & Kumadji, S. (2014). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bandung Sport Distro Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Damis, M. (2018). Strategi Kebertahanan Usaha Warung Kopi Tikala Manado : Suatu Tinjauan Antropologi. *Holistik*, XI(21A), 1–23.
- Dewa, R. P. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pit - Stop KIG Gresik Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Dewani, P. K. (2022). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Masa Pandemi COVID-19 Pasca PPKM Darurat*

- (Studi Analisis Penerapan Konsep P.E.N.C.I.L.S Pada Aktivitas Marketing Public Relations Hotel Ibis Styles Jemursari Surabaya). UPN Veteran Jawa Timur.
- Dewi, A. A. C., & Semuel, H. (2015). *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Pelanggan Sushi Tei Surabaya*. 3(1), 1–9.
- Dirmagina, D. P., & Arviani, H. (2023). Strategi Komunikasi Royale Durian Dalam Menghadapi Krisis Pembuangan Limbah Kulit Durian Melalui Media Sosial Instagram. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(2), 552–562.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fadlilah, I., & Arviani, H. (2022). *Adaptasi Industri Perhotelan Di Masa Covid-19: Analisis Isi Instagram Hotel Conrad Bali, Fairmont Jakarta, Doubletree Surabaya*. 10(1).
- Fathoni, A. (2021). Di Tengah Hantaman Badai Pandemi Covid-19 Di Surabaya Utara. 4, 149–176.
- Fauzi, A., & Harli, E. (2017). Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui CRM dengan Metode RAD. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 76–81.
- Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 3(5), 1–3.
- Fazarusda, A., & Indrayani, H. (2020). Strategi Komunikasi Pelayanan Publik Melalui E-Government Di Pusat Pengelolaan Pengaduan Masyarakat (P3M) Kota Semarang. *Jurnal IMPRESI*, 1(1), 1–11.
- Gita, M., Achmad, S. H., Ratna, R., & Karsiwi, M. (2021). Pemanfaatan ampas kopi dalam pembuatan lilin aromaterapi. *E-Proceeding of Applied Science*, 7(5), 1574–1584.
- Gumiwang, R. (2018, April 16). Ramai - ramai Merambah Bisnis Kedai Kopi. *Tirto.Id*.
- Guntur, R. P., & Purnama, H. (2018). Strategi Komunikasi Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat Dalam Menangani Krisis ( Studi Kasus terkait Logo Palu Arit Uang Baru NKRI Tahun 2016 ). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 2865–2871.
- Hardiyanti, N. Y., & Puspa, R. (2021). Coffee Culture di Indonesia : Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Gresik. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(1), 26.
- Harisianty, V., Raja, M. T. M., & Putri, C. T. (2021). *Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior. Studi Kasus: Kafe Dan Coffee Shop Di Kawasan L.R.E Martadinata, Bandung*. <https://doi.org/10.17509/jaz.v4i2.31609>
- Hasibuan, M. A. (2019). Komunikasi Sirkular (Circular Theory). *Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Holtzhausen, D., Fullerton, J. A., Lewis, B. K., & Shipka, D. (2021). *Principles of Strategic Communication*. Routledge.
- Holtzhausen, D., & Zervass, A. (2015). *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. Routledge.

- Jabarnews. (2018). Starbucks Bangkrut Di AS, Berjaya Di Indonesia.
- Kalianda, D. (2018). *Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Dalam Mengimplementasikan Program Green City Di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi*. 5(1), 1–23.
- Kumparan.com. (2018). Fenomena “Demam” Coffee Shop di Indonesia. *KumparanFood*.
- Mahdi, M. I. (2022). *8 Negara Produsen Kopi Terbesar di Dunia, Indonesia Termasuk*. DataIndonesia.Id.
- Masdul, M. R. (2018). Komunikasi Pembelajaran. *Iqra: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman*, 13(2), 1–9.
- Melani, A. (2020). Kopi khas Gresik Perluas Pasar lewat Online. *Liputan6.Com*.
- Muharman, N., & Wahyuni, R. (2019). Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tantan Dalam Menjalin Relasi Pertemanan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala Banda Aceh). *Jurnal Peurawi*, 2(2), 21–36.
- Mulyana, D. (2010). Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi. Rosdakarya.
- Musyaffa, N., & Ngatno. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Penumpang Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Sindoro PT. KAI DAOP IV Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–10.
- Ngelyaratan, D., & Soediantono, D. (2022). Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(3), 2722–8878.
- Nurikhsan, F., Indrianie, W. S., & Safitri, D. (2019). Fenomena Coffe Shop Di Kalangan Konsumen Remaja. *Widya Komunika*, 9(2), 137.
- Organization, I. C. (2017). Annual Review 2017/18. *Annual Review*, 58.
- Perdana, Y. R., & Parlindungan, D. R. (2022). *Peran Komunikasi Antarpribadi Barista dalam Membangun Hubungan dengan Pelanggan Area 9*.
- Permata, N. N., & Sudradjat, R. H. (2022). Strategi Integrated Marketing Communications Indihome Bekasi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Program High Value Customer. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 3438–3452.
- Prasetyo, G. S., & Arviani, H. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Darmaheswara Wedding Organizer Melalui Instagram Dalam Analisis SOSTAC di Masa Pandemi Covid-19. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 1177–1183.
- Pratama, D. M., Wati, L., & Suseno, A. (2022). *Perencanaan Komunikasi Publik Dp3Ap2Kb Kota Tangerang Dalam Upaya pemberdayaan Perempuan Menanggulangi Persoalan Lingkup Kemiskinan Keluarga di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Program P2WKSS)*. 3(1), 40–48.
- Purbantina, A. P., & Arviani, H. (2022). *Jaringan Produksi Kopi Global: Sebuah Pengantar*. Penerbit Nas Media Pustaka.
- Purwadi, W. S., & Maryani, A. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Shafira. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 463–467.
- Puspita, R., Nurhanifah, & Astriwulan, A. (2023). *Strategi Komuikasi Badan*

- Kemakmuran Masjid (BKM) Dalam Meningkatkan Kepedulian Remaja Terhadap Kelestarian Masjid Al - Ikhlas Jl. Jermal XV No. 12 LK. 1 Kel. Denai - Medan.* 3(1).
- Putri, A. M., & Ruliana, P. (2019). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Kepuasan Tenant. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 1–18.
- Ramayanda, D., & Parlindungan, F. (2023). *Strategi Komunikasi PT Telekomunikasi Aceh Barat Dalam Menangani Pengaduan Pelanggan Mengenai Gangguan Internet.* 3(1).
- Rizaty, M. A. (2022). *Konsumsi Kopi Indonesia Terbesar Kelima di Dunia pada 2021.* DataIndonesia.id.
- Rominah, A., & Disastra, G. M. (2018). Tinjauan Mengenai Aktivitas Customer Relationship Management (CRM) Pada Bank BJB Cabang Buah Batu Bandung Tahun 2018. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(2), 281–288.
- Sabatatan, M. T. (2023). *Strategi Komunikasi Humas PT. Ghigha Kompania Terhadap Publik Eksternal.* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sandra, B. (2023). *Strategi Komunikasi Customer Relationship Management Dalam Menghadapi Keluhan Pelanggan Produk Indihome Di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandar Lampung.* Universitas Lampung.
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Silalahi, T. S., & Claretta, D. (2022). Solidaritas Komunitas Barisan Manual Brew (Studi Deskriptif Kualitatif pada Komunitas Barisan Manual Brew). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 2741–2748.
- Sjaroni, B., Djunaedi, E., & Noveria. (2015). *Ekonomi Mikro* (Edisi ke-1). Deepublish.
- Soedjono, W., & Limantoro, F. (2018). Analisis Kegiatan Customer Relationship Management Melalui Membership Card Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen: Studi Kasus Pada Sogo Premier Card. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 123.
- Soenarso, S. A. (2018). Kedai Kopi Membuat Konsumsi Kopi Nasional Semakin Bertambah. *Kontan.Id.*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D.* PT. Alfabeta.
- Sunajaya, W. (2017). Perencanaan dan Perancangan Perpustakaan Umum yang Sesuai Dengan Gaya Hidup Urban di Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu Terapan*, 1–10.
- Suranto. (2019). Perencanaan & Evaluasi Program Komunikasi. In Pena Pressindo.
- Surono, A. (2014). *Menyelami Budaya Ngopi Gresikan.* IntisariOnline.
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *E-Marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial.* CV. Jakad Media Publishing.
- Suryanita, Z. Z. (2015). Strategi Komunikasi Customer Relationship Management Pt . Media Fajar Koran Dalam Membangun Relasi Dengan Publik.
- Suwanto, Y., Goenawan, F., & Yogatama, A. (2020). Evaluasi Strategi Program Customer Relationship Management Kayu Bihi Farm Bali dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal E-Komunikasi.*

- Syahputra, M. R. (2023). *Strategi Komunikasi Museum Lampung Dalam Mempublikasikan Koleksi Budaya Adat Lampung*. Universitas Lampung.
- Syakila, R. N., & Ardhoyo, N. A. W. (2021). Penerapan Customer Relationship Management pada Crematology Coffee Roasters Saat Pandemi Covid-19. *Journal Cyber PR*, 1(1), 1–10.
- Thendywinaryo, C., Sidik, A., & Goenawan, F. (2020). Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Umkm Retail Non- Makanan Di Indonesia Timur ( Studi Kasus Pada New Em Collection ) Pendahuluan. *E-Komunikasi*, 9, 12.
- Ulkhag, A. D. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop “Dashingscarf” Melalui Media Sosial*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Yaqin, A. F. (2017). *Analisis Efisiensi Tingkat Persediaan Bahan Baku Kopi Bubuk CRI Menggunakan Metode Economic Order Quantity (EOQ) Pada CV. LS Di Gresik*. Universitas Brawijaya.
- Zahra, F., Sukoco, I., Auliana, L., & Barkah, C. (2022). Komunikasi Efektif Dalam Membangun Strategi Customer Relationship Management. *GANDIWA Jurnal Komunikasi*, 2(1), 41–49.