

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Dr. Jalaluddin Rakhmat, M.Mc., Dr. Idi Subandy Ibrahim, M. S. (2017). *Metode penelitian komunikasi : dilengkapi contoh analisis statistik dan penafsirannya*. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. PT. Remaja Rusdakarya.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish, Yogyakarta.
- Imam Suprayogo, T. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Kotler, P., Armstrong, G., Nurmawan, I., & Sumiharti, Y. (2001). *Prinsip - Prinsip Pemasaran (Y. Sumiharti (ed.))*. Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Cakra Books.
- Prayitno, S. (2021). *Manajemen komunikasi pemasaran terpadu*. PT. RajaGrafindo Persada.

- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiono, D. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Pusat Bahasa Depdiknas.
- Sugiono, S. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r & d*. Alfabeta.
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian)*. Sebelas Maret Press.
- Terence A, S. (2014). *KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM PERIKLANAN DAN PROMOSI*. Salemba.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan strategi merek*. Andi Offset.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode penelitian : kuantitatif, kualitatif dan penelitian gabungan* (Ed.1 Cet.4). Kencana.

**Skripsi :**

Aldinovi, A. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Kalbe Nutrisionals (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Kalbe Nutrisionals Dalam Meningkatkan Konsumen)*. UPN Veteran Jawa Timur.

Lazuardi, Y. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran KataKopiMu Melalui Sosial Media Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran KataKopiMu Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen)*. UPN Veteran Jawa Timur.

Putri, T. A. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffe Shop Okui Di Surabaya*. Universitas Islam Sunan Ampel Surabaya.

Rahmaniar, A. R. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT.SUMBER REJEKI AGUNG DALAM MENINGKATKAN KONSUMEN*. UPN Veteran Jawa Timur.

**Jurnal :**

Dellamita, M. F., Fauzi, A., & Yulianto, E. (2014). PENERAPAN PERSONAL SELLING (PENJUALAN PRIBADI) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi pada PT Adira Quantum Multifinance Point of Sales (POS) Dieng Computer Square Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 1–6. <https://media.neliti.com/media/publications/90796-ID-peranan-komunikasi-pemasaran-dalam-menin.pdf>

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>

Maryolein, S., Dwina Hapsari, N., & Oktaviani, R. C. (2019). Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium. *Avant Garde*, 7(1), 19. <https://doi.org/10.36080/avg.v7i1.849>

Putri, J. R. (2020). BISNIS KOMPETITIF FRANCHISE COFFEE SHOP (Studi Kasus Franchise KULO dan Kopi Soe di Jatinangor) SKRIPSI. *Skripsi*, 2020/10/01, 6–7. [file:///C:/Users/USER/Downloads/frenchise/150610160018\\_2\\_3436.pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/frenchise/150610160018_2_3436.pdf)

Ropiah, S., Susanto, T., & Ramdhani, M. (2018). CAFE DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN Oleh Siti Ropiah , Tri Susanto dan Muhamad Ramdhani. *Jurnal Politikom Indonesia*, 3(2), 231–239.

Supardi, E., & Mulyati, S. (2016). Franchise Sebagai Salah Satu Bidang Usaha Industri. *Jurnal Geografi Gea*, 7(2). <https://doi.org/10.17509/gea.v7i2.1718>

Theresiana, L., & Setyanto, Y. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan Guten Morgen Coffee Lab and Shop untuk Menarik Konsumen. *Prologia*, 2(2), 392. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3717>