DAFTAR PUSTAKA

Adirinarso, D. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Kedai Kopi Gans Oemah Eyang. *Nucl. Phys.*, *13*(1), 104–116.

Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, *1*(1), 37. https://doi.org/10.37535/104001120213

Anggraini, C., & Setyanto, Y. (2019). Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana. *Jurnal Riset Public Relations*, *Vol 3 No 2*, 408–415.

Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Komunikasi*, 111–122.

Bilgin, Y. (2018). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Loyalitas Merek. *Jurnal Internasional:BMIJ*, *6*(2008), 128–148. http://e-journal.uajy.ac.id/22943/3/15 03 222312.pdf

Febriana, B., & Setyanto, Y. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prologia*, *3*(No. 1), 39–46.

Febriani, N. (2021). Efektivitas strategi komunikasi pemasaran celebrity endorsement

di Instagram terhadap generasi Z. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, *5*(2), 238. https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.27682

Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Issue June).

Guntoro, H., Rikardo, D., Amirullah, Fahrisani, A., & Suarsana, I. P. (2022). Analisa Hubungan Kebersihan Cargo Bilges dengan Cargo Hold dalam Mendukung Kelancaran Proses Bongkar Muat. *E-Journal Marine Inside*, *1*(2), 1–32. https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9

Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(2), 111–122. https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802

Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Shabrina, R. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Komunikata57*, *1*(1), 50–59. https://doi.org/10.55122/kom57.v1i1.119

Hasniati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di "Chaplin Coffee Shop. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/62146

Irmandasari, T., Satvikadewi, A. A. . P., & Romadhan, M. I. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan M Radio

Surabaya. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, *1*(01), 85–90.

Kholidah, D. N. D. (2023). Strategi komunikasi pemasaran melalui media instagram dalam mempromosikan produk great project di Kabupaten Situbondo. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 34–41. http://digilib.uinkhas.ac.id/25814/%0Ahttp://digilib.uinkhas.ac.id/25814/1/NUR DIANA KHOLIDAH -E20192437 %28SKRIPSI FIX%29 %281%29 %281%29.pdf

Krismanto, R. E. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Pekanbaru Dalam Menarik Minat Pelanggan. *Ilmu Komunikasi*.

Kusumaningrum, P. H. (2024). Personal Selling Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran BPJS Ketenagakerjaan Klaten Dalam Meningkatkan Kepesertaan. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 24–53.

Mardiyanto, D., & Slamet, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran). *Surakarta Management Journal*, *1*(1), 43. https://doi.org/10.52429/smj.v1i1.329

Meodia. (2020). Pengaruh Social Media Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Educational Research and Social Studies*, 12–27.

Mubarok, I. R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online Shop Laila Branded Ponorogo). *Ilmu*

Komunikasi. http://etheses.iainponorogo.ac.id/16788/

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, *4*(1), 23. https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616

Musyaffa, Q. N., & Dunan, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Popolo Coffee Terhadap Generasi Millenial Melalui Akun Instagram. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, *2*(2), 152–159. https://doi.org/10.17933/diakom.v2i2.59

Nugraha, Y. I. (2021). Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Niat Beli Online Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Terhadap Pemasaran Media Sosial (Studi Pada Konsumen Dazzle). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *3*(2), 6.

Nurfaddilah, S. S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Gas Negara Area Karawang Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *8*(November), 394–402.

Panca Putra, M. (2020). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Warkop 89 Mamuju. *Movere Journal*, *2*(1), 124–139. https://doi.org/10.53654/mv.v2i1.96

Putra, N. P., & Palupi, M. A. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Cold*

'N Brew Melalui Instagram Dalam Menciptakan Kesadaran Merek. http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/88933

Ramadhan, B. R., & Gartanti, W. T. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui Instagram. *Jurnal Riset Public Relations*, 47–52. https://doi.org/10.29313/jrpr.vi.886

Safitri, E. (2020). Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *Ilmu Komunikasi*, *Imc*, 259–267.

Sari, N. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop " Filosofi Kopi " dalam Menarik Minat Pengunjung. *Jurnal Manajemen Komunikasi*.

Sulthan, R. (2021). Perencanaan komunikasi pemasaran terpadu pada umkm. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.

Suparwo, A., & Tristyantie, M. (2020). Menakar Direct Marketing dan Kepercayaan Pelanggan Dalam Pembelian Paket Umrah Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung (1) (2). *Jurnal Manajemen Bisnis*, *17*(4), 485–502. http://journal.undiknas.ac.id/index.php.php/magister-manajemen

Tina, S. &. (2017). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan. Penjualan Pada CV Simba Jaya Magelang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 8–24.

Vandiah, H. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Celebrity Endorser

Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlet. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 16–35.

Yafis, M. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop "Mutual Space" di Kota Palembang. *Jurnal Unitomo*, *16*(no 2), 214–224.

Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. In *Journal Educational Research and Social Studies: Vol. Volume 2 N*.

.