

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2018) Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta :Mitra Utama
- Adhianti, A. A., & Herlinda, H. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. *Scriptura*, 10 (1), 34-42.
- Agusta, Ivanovich. (2003). “Dasar Penelitian Kualitatif.” Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif I, Litbang Pertanian p. 4. <https://www.academia.edu/download/34265413/ivan-pengumpulan-analisisda-ta-kualitatif.pdf>
- Ambaraningrum, R. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Thamrin Coffee melalui Bauran Pemasaran. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(2). Retrieved from <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/6601>
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Arni, Muhammad. (2004). Komunikasi Organisasi. Jakarta. Bumi Aksara.
- Assauri, Sofjan. (2014). Manajemen Pemasaran. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (6 Februari 2023). Ekonomi Indonesia Tahun 2022 Tumbuh 5,31 Persen. Diakses pada 8 Mei 2024, dari <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen.html>
- Barnes, C., Blake, H., & Pinder, D. (2009). *Creating and delivering your value proposition: Managing customer experience for profit*. Kogan Page Publishers.
- Booms, B.H. and Bitner, M.J. (1981) *Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms*. In: *Marketing of Services*, American Marketing Association, Chicago, 47-51.
- Bungin, Burhan. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bungin, Burhan. (2007). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana.
- Christine, C., & Budiawan, W. (2017). Analisis Pengaruh *Marketing Mix* (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1).

- Chotimah, T. H., & Parantika, A. (2022). Analisis Perilaku Pelanggan Generasi Y dan Z dalam Memilih *Coffee Shop Brand* Lokal. *Media Bina Ilmiah*. [Vol. 17 No. 5](#)
- Dahwilani, D. M. (2019). Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, Tony, (2017), Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. (2015). Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti
- Firmansyah. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: CV.Penerbit Qiara Media
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy. Penerbit Qiara Media.
- Gama, Martinho, A. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Tjankir 13. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 7 No. 2
- Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian Budaya Minum kopi Indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 13(2), 153–172. <https://doi.org/10.25105/dim.v13i2.1785>
- Gunawan, Imam. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hamzah, R., Manogari, R., & Shabrina, R. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Komunikata* 57, 1(1), 50-59. <https://doi.org/10.55122/kom57.v1i1.119>
- Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddin, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 72-83.
- Hartini, Sudirman, A., & Wardhana, A. (2022). Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0). In *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)* (Issue July). CV. Media Sains Indonesia.
- Hasibuan, P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method. *Gabdimas*, 1(1), 8–15. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- International Coffee Organization*, (2020), Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Terus Meningkat selama 5 Tahun Terakhir, Diakses pada 19 Juli 2021,

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/24/konsumsi-kopidomestik-di-indonesia-terusmeningkat-selama-5-tahun-terakhir>

- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)
- Kotler, 1992. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Midas Surya Grafindo.
- Kotler, Philip. 1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler & Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran (13 ed.)*. (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1, Dialihbahasakan oleh Benyamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, Philip (2006). *Manajemen pemasaran, jilid I*, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Kotler, P, 2009, *Manajemen Pemasaran*. Ed Mileium. Molan B. Penerjemah. Jakarta: Prenhallindo. Terjemahan dari : *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Lee, N. (2007). *Marketing In The Public Sector*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat, (2007), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada *Media Group*
- 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>

Lexy J. Moleong, (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.

Linovhr.com. (30 Januari 2023). *Food and Beverage (F&B): Pengertian, Jenis, dan Perkembangannya*. <https://www.linovhr.com/food-and-beverage-adalah/>

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Sambilegi *Editorial Agency*. Yogyakarta : Cakar Ilmu.

Meutia, P., Fahreza, F., & Rahman, A. A. (2020). Analisis Dampak Negatif Kecanduan *Game Online*. *Genta Mulia*, XI(1), 22–32.

Morissan. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Prenadamedia Group.
 Nazir. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Nurhayati-Wolff, H. K. (2021, April 7). *Total Coffee Consumption in Indonesia from 1990 to 2020*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/314982/indonesia-total-coffee-consumption/>

Nurmalasari, Y., & Erdiantoro, R. (2020). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *Quanta*, 4 (1), 44–51.

Pietra Sarosa, 2004, *Kiat Praktis Membuka Usaha-Mewaralabakan Usaha Anda*, Cetakan Pertama, Jakarta, PT Elex Media Computindo

Rachmanda, G. B. P. (2019). Strategi Viral Marketing Oleh UMKM Jokopi Melalui Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness* (UNIVERSITAS AIRLANGGA).

Resmiatini, E., & Imanika, I. A. H. (2020). Analisis Implementasi Bauran Pemasaran 7p Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Batu–Malang. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 5(1), 57-76.

Rosnani, Ginting. (2009). *Perancangan Produk*. Graha ilmu. Yogyakarta

Seftaviani, M. (2019). *Kedai Kopi: Bisnis Masa Kini, Menjanjikan di Masa Depan*. Media Mahasiswa Indonesia. <https://mahasiswaindonesia.id/kedai-kopi-bisnis-masa-kini-menjanjikan-di-masa-depan/>

Simarmata, P. P., Simarmata, H. M. P., & Saragih, D. Y. (2022). Peran Penting SERVQUAL Dalam Peningkatan Kepuasan Konsumen di PT Auto Finance Pematangsiantar. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Indonesia (JAMIN)*, 4(1), 1–7

- Siregar & Irwandari. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Penyet Cabe Hijau Menarik Minat Pengunjung. *Jurnal Judika* Vol. 1 No. 1. Hal 21 – 26
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suliyanto (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunoyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : *Center for Academic Publishing Service (CAPS)*
- Tjiptono, Fandy. 2008 .*Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wahyudi, D., & Rahayu, S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri *Town Square*. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12, 42–51.
- Widarti, P, (2019), *Pertumbuhan Kafe Berbasis Kopi Jatim Mencapai 18 Persen Setahun*. Diakses pada 19 Juli 2021.
- Widiawati K. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Bintang Empat Meraih Pelanggan. *Jurnal Administrasi Kantor*. 7 (1): 63-74.
- Winadi, J. S. (2017). Hubungan *Word of Mouth* dengan *Brand Awareness* Teh Kotak. *Jurnal EKomunikasi, (Online)*, 5 (1). (<https://media.neliti.com/media/publications/185778-idhubungan-word-of-mouth-dengan-brand-awar.pdf>), diakses 10 September 2020.
- Winardi. 1989. *Strategi pemasaran*. Bandung: Mandarmaju
- Wulandari, I. Sevia. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi *Starbucks* Cabang Alam Sutera .*Jurnal ekonomi Manajemen*. Jakarta : Universitas Guna Darma
- Zuhri, S. (2022). Strategi Komunikasi Pesamaran Eji *Coffee Corner* Cabang Purimas Surabaya Dalam Meningkatkan Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 28-42.