

DAFTAR PUSTAKA

- A., Vickie, and Clinton E. Lambert. n.d. "Editorial : Qualitative Descriptive Research : An Acceptable Design," no. 4, 255–56.
- Azis, Augusto Faizal, Nurnawati, and Estu Widiyowati. n.d. "Strategi Komunikasi Pemasaran Integrated Marketing Communication (IMC) Pose In Hotel Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Integrated Marketing Communication (IMC) Marketing Communication Strategy Pose In Hotel In Increasing The Number Of Visitors Semu" X (X): 1–10.
- Ambaningrum, Restu. "Strategi Komunikasi Pemasaran *Coffe Shop* Thamrin Coffe Melalui Bauran Pemasaran."
- Ardiana, Sandra. 2010. "*Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Coffee Shop Rocketz Di Solo.*"
- Bisnis Coffee Shop di Indonesia: Ke Mana Arahnya Sekarang?* (t.t.). Diambil 31 Juli 2025, dari <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2025/03/bisnis-coffee-shop-di-indonesia-ke-mana-arahnya-sekarang/>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Dasli, A. P. E. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Beli di PT X, Y, Z. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 42–50.
- Fawwaz, F., Purwanti, S., & Althalets, F. (2023). Strategi komunikasi pemasaran Kopi Janji Jiwa Samarinda melalui media Instagram untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(3), 1407–1421.
- Fadli, Muhammad Rijal. 2021. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif" 21 (1): 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Hasanah, R., Nobelson, & Rosali. (2020). *Prosiding BIEMA: Business Management, Economic, and Accounting National Seminar. 1*, 514–531.
- ICO : INDONESIA PRODUSEN DAN KONSUMEN KOPI KEDUA TERBESAR DI ASPAS | Media Perkebunan*. (t.t.). Diambil 31 Juli 2025, dari <https://mediaperkebunan.id/ico-indonesia-produsen-dan-konsumen-kopi-kedua-terbesar-di-aspas/>
- Indriani, Lia. 2022. "*Strategi Komunikasi Pemasaran Coffeshop Sirkel Cafe Kepahiang Dalam Meningkatkan Penjualan.*"
- Kopi Nako Daur Baur Surabaya: Destinasi Ngopi Estetik di Jantung Kota*. (t.t.). Diambil 31 Juli 2025, dari <https://elalephcruising.com/culinary/kopi-nako-daur-baur-surabaya>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lukitaningsih, Ambar. 2013. "*Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran.*" 13(2): 116–29.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.

- Ma'ruf, Said, and Anwar. 2024. "Intergrated Marketing Communication : A Literature Review," 511–19.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Norlaila, and Nuril Huda. 2026. "Paradigm and Philosophical Foundation of Qualitative Research" 5 (1): 257–63.
- Putri, Shelylla Aprilydia, Yohana Corry, and Yusuf Muhammad. 2021. "Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Dessert" 2 (3): 769–86.
- Putria, Nova Kirana, and Cosmas Gatot Haryono. 2025. "Pengaruh Integrated Marketing Communication Pada Keputusan Pembelian Konsumen Toko Lautan Pasifik" 5 (2): 484–89.
- Pratiwi, R. W., & Awang Dharmawan S. I. Kom., M. A. (2022). PERSEPSI ANAK MUDA DI SURABAYA MENGENAI COFFEE SHOP SEBAGAI GAYA HIDUP MASYARAKAT PERKOTAAN. *The Commercium*, 5(2), 238–249. <https://doi.org/10.26740/tc.v5i2.47850>
- Q Nushan Musyaffa, Amri Dunan. 2019. "Strategi Komunikasi Pemasaran Popolo Coffe Melalui Akun Instagram." 2(2): 159–66.
- Rustamana, Agus, Putry Maharani Adillah, and Ninda Kiyan Maharani. 2024. "Qualitative Research Methods" 2 (6): 919–30.
- Ramadina. 2022. "Strategi Komunikasi Pemasaran Coffeshop Sirkel Cafe Kepahiang Dalam Meningkatkan Penjualan.
- Rinanto, W. A., & Romadhona, P. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Kopi Nako Kota Wisata Cibubur. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i1.3853>
- Santoso, T. N., & Perkasa, D. H. (2025). Literature Review: Peran Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Pengembangan Organisasi Internasional. *Journal of Mandalika Literature*, 6(2), 307–315. <https://doi.org/10.36312/jml.v6i2.3934>
- Sinaga, R. E., Harahap, N., & Sazali, H. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Di Ud Family Bakery Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Di Tanjungbalai. *JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL*, 2(8), 1935–1942.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulastri, Cucu. 2024. "Analisis Pengaruh Strategi Komunikasi Menggunakan Teori Komunikasi Lasswell Melalui Akun Instagram @Jntexpress.Jakarta Terhadap Pemanfaatan Jasa Ekspedisi J&T Express Di Area Jakarta Selama Pandemi Covid-19" 1 (1)
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.

Schultz, D. E., & Schultz, H. F. (2004). *IMC: The next generation*. McGraw-Hill.

Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2018). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (10th ed.). Cengage Learning.

Syafitri, E., Mayasari, M., & Dharta, F. Y. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Unclebrew Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(8), 3762–3766.

Waruwu, Marinu. 2024. “Pendekatan Penelitian Kualitatif : Konsep , Prosedur , Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan” 5:198–211.

Yuliani, F. (2025, April 20). *Cozy! Kafe Baru di Surabaya Ini Cocok Untuk Spot Nyore Estetik, Buka 24 Jam*. <https://beritajatim.com/cozy-kafe-baru-di-surabaya-ini-cocok-untuk-spot-nyore-estetik-buka-24-jam>