

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N.H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anggadenta, B. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Ethikopia Coffeebay dan Sangrai Kedai Kopi dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung*. Universitas Islam Indonesia.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Febriana, B., & Setyanto, Y. (2019). Strategi komunikasi pemasaran coffee broker dalam meningkatkan jumlah pelanggan. *Prologia*, 3(1), 39-46. Doi: 10.24912/pr.v2i2.3717
(<https://lifestyle.kompas.com/read/2019/12/17/213636120/bisnis-kopi-masih-menjanjikan-di-2020>, diakses pada 11 Maret 2021).
- Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80-101.
- Hermawan, A. (2018). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, D. F. (2020). Strategi komunikasi pemasaran dokurandus koffee dalam meningkatkan minat konsumen penikmat kopi. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 2(2), 85-89. Doi: 10.25008/jpi.v2i2.50
- Latifa, N. H., & Rochdiani, D. (2019). Kajian Strategi Pemasaran Usaha Kedai Kopi KADAKA CAFETARIA di Kota Bandung. *Agricore: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 4(1).
- Theresiana, L., & Setyanto, Y. (2018). Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan guten morgen coffee lab and shop untuk menarik konsumen. *Prologia*, 2(2), 392-399.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: FEB-UPPress.