

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alifahmi. Marketing Public Relations, Lembaga Manajemen FEUI. 1994.
- Deddy, M. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, I. (2013). *Strategi Marketing Public Relation Dalam Menciptakan*. Skripsi Universitas Telkom: Tidak Diterbitkan.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Hilman Firmansyah, A. S. (2016). *Organisasi dan Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Ombak.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid 1 Dan 2 Dialihbahasakan Oleh Bob Sabran*, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2010). *Masalah, Kebijakan, dan Politik, Ekonomika Pembangunan* . Jakarta: PT. Erlangga.
- Mahardika, W. (2018). Strategi Komunikasi Kedai Kopi Oase Melalui Media Sosial Facebook. *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas teknologi Sumbawa*.
- Misdar, H. U. (2006). *Strategi Belajar Mengajar*. Palembang: Fakultas Tarbiyah IAIN.
- Misdar, H. U. (2006). *Strategi Belajar Mengajar*. Palembang: Fakultas Tarbiyah IAIN.
- Moeloeng, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Moeloeng, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, Dedy. *"Ilmu Komunikasi"*. Buku Ilmu Komunikasi. 2005.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI
- Santana, Indra. (2019). Pembuatan Cold Brew Coffee Dengan Infused Kapulaga. TA. Program Studi Manajemen Tata Hidangan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Sari, N. (2018). Narasi Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop "FILOSOFI KOPI". *Fakultas Hukum Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*.

Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. (2013). *Consumer Behavior. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall*

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*

Tika, M. P. (2005). *Metode Penelitian Geografi. Jakarta: PT. Bumi Aksara.*

Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI*

Yuswohady. (2012). *Consumer 3000 Revolusi Konsumen Kelas Menengah Indonesia. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama*

### **Jurnal**

Evelina, H. Waloejo, and S. Listyorini,. 2013. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. 1(1). 203-213*

Fauzi, I. (2013). *Strategi Marketing Public Relation Dalam Menciptakan. Skripsi Universitas Telkom: Tidak Diterbitkan.*

Mahardika, W. (2018). *Strategi Komunikasi Kedai Kopi Oase Melalui Media Sosial Facebook. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas teknologi Sumbawa.*

Sari, N. (2018). *Narasi Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop "FILOSOFI KOPI". Fakultas Hukum Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.*

Sugianto, A. and Rahman, S. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di Cv Sinar Abadi Pekanbaru. Jurnal Ilmiah Manajemen,. 7(2). 152–164.*

### **Non Buku**

Hariyanto. (2019). *Riset TOFFIN: Bisnis Kedai Kopi Makin Menggeliat di 2019. Indstry.co.id. <https://www.industry.co.id/read/58786/riset-toffin-bisnis-kedai-kopi-makin-menggeliat-di-2019>*

Afrisia, Rizky Sekar. (2019). *Penggemar Hallyu di Dunia Hampir Tembus 90 Juta Orang. CNN Indonesia. [https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190110173339-241-359969/penggemar-hallyu-di-dunia-hampir-tembus-90-juta-orang.](https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190110173339-241-359969/penggemar-hallyu-di-dunia-hampir-tembus-90-juta-orang)*

