

## Daftar Pustaka

- A. Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Almanshur, Fauzan dan Ghony, D. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Anandra, Q., Uljanatunnisa, U., & Cahyani, I. P. (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(2), 96. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3421>
- Bahriyah, E. N. (2011). *MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF METRO TV MELALUI TRIANGLE STRATEGY*.
- Blythe, Jim & Zimmerman, A. (2013). *Bussiness to bussiness marketing management*. Thamson Learning.
- Cooper dan Schindler. (2014). *Bussiners Research Method*. McGrawHill.
- Cresswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Huda, M. (2017). *Model-Model Pengajaran Dan Pembelajaran*. Pustaka Pelajar.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.
- Imy, M. D. (2021). Implementasi Strategi Integrated Marketing Communication Gerai Kopi Di Masa Pandemi Covid-19. *Commercium*, 4(1), 1–14.
- Irenita, N., Setiawati, R., & Saraswati, D. (2019). Peran Corporate Communication Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik (JMBTL)*, 5(2), 189–196.
- J.Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Kennedy, J. E. & R. D. S. (2006). *Marketing Comunication*. PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Morissan. (2013). *Teori komunikasi : individu hingga massa*. Kencana.
- 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>
- Sudarsono, T. A., & Dhanti, K. R. (2019). Analisis Faktor Risiko Yang Mempengaruhi Kadar Asam Urat Pada Remaja. *Prosiding Seminar Nasional Lppm Ump, 2011*, 200–205.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (mix Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sutama. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Kuntitaif, kualitatif, PTK, dan R&D*. Fairuz Media.
- YOGI MARDIANSYAH. (2016). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAFE HAN'S KOPI DALAM MEMPERKENALKAN BRAND-NYA*.

<https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355><http://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731><http://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269><http://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106>