

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, dini salmiyah fithrah. (2017). *marketing public relation-di antara penjualan dan pencitraan*. Deepublish.
- Amirullah, S.E., M. . (2015). *Manajemen Strategi : Teori-Konsep-Kinerja* (Edisi 1). Mitra Wacana Media.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, S. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations* (Cet. Ke-7). Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. (2014). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2020). *Hasil survei Internet APJII 2019-2020 [Q2]*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). <https://www.apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2>
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan, 10*, 46–62.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). *Statistik Kopi Indonesia*. hal. 23. <https://www.bps.go.id/>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih di antar Lima Pendekatan* (edisi ke-3). Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Scott M. Center., A. H. dan G. M. B. (2011). *Effective Public Relations* (Cet. Ke-4). Prenada Media Group.
- Dalem, A. A. G. A. P., & Megawati, L. (2016). STRATEGI PROMOSI PRODUK UNILEVER DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi pada Bagian Marketing PT. Unilever Indonesia Terbuka Denpasar). *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi, 13*(2), 30–43.
- Elfiandri, Artis, N. (2018). *Pengantar Public Relations: Konsep dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Gani, P. K. (2015). *PR Corner with Prita Kemal Gani* (Indonesian). Gramedia.
- Ganis Lukmandaru, Y. I. (2016). *Kewirausahaan Hasil Hutan*. Gadjah Mada University Press.
- Ginting, N. F. H. (2015). *Manajemen Pemasaran* (Cet. Ke-3). Yrama Widya.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*. Center of Academy Publishing Service.
- Herina, G. F., Baharta, E., & Taufik, R. (2021). Strategi Promosi Stuja Coffee Jakarta Selama Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial. *E-Proceeding of Applied Science, 7*(4), 826–834.
- Heriyanti, H., & Darmawaan, G. (2021). Implementation of Marketing Mix and Relationship Marketing on PD Karya Bearing Motor, Bekasi. *Literatus, 3*(2), 225–234. <https://doi.org/10.37010/lit.v3i2.511>

Heryati, I., & Fitriawati, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Pizza Hut Cimahi di Tengah Pandemi Covid-19. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 97. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.7941>

Hutasoit, I. (2017). *Pengantar Ilmu Kependudukan*. Alfabeta.

Johnson, G., & Storm, D. (2018). *Selected chapters from exploring strategy* (11th ed.). Pearson.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2022). *Definisi Narasumber*. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <https://kbbi.web.id/narasumber>

Kementerian Pertanian. (2018). "Konsumsi Kopi Indonesia." <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksimencaipai-370-ribu-ton.%0D>

Kotler, P. dan A. (2014). *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)* (Volume 1). PT. Erlangga.

Kristina, M. (2019). *Strategi Marketing Public Relations PT. Hutchison 3 Indonesia (Provider 3) dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. UNIVERSITAS PROF. DR. MOESTOPO (BERAGAMA).

Kriyantono, R. (2017). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.

K. Yin, Robert. (2013). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Meliala, R. M. (2021). Strategi Marketing Public Relations PT Lotte Indonesia dalam Memperingati Hari Ibu Marketing Public Relations Strategy of PT Lotte Indonesia in Commemorating Mother ' s Day. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 3(2), 128–145. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/view/461>

Menteri dalam negeri. (2021). *INSTRUKSI MENTERI DALAM NEGERI NOMOR 53 TAHUN 2021*. 1–32.

Mintzberg, H. (1987). *The strategy concept 1: Five P's for strategy*. Berkeley.

Muslim. (2016). Varian-varian paradigma, pendekatan, metode, dan jenis penelitian dalam ilmu komunikasi. *Wahana*, 1, No.10(10), 77–85. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/view/654>

Nilam, A. (2020). *STRATEGY MARKETING PUBLIC RELATIONS GLAD COFFEE DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS* Nilam Ayu Nastiti *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur* Keywords : *Strategy , Public Relations Marketing , and Brand awareness*.

Nurulita, F. S., & Primadini, I. (2021). Peran key opinion leader dalam pemasaran film bertema kekerasan seksual. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(2), 103–127. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i2.3630>

Prastowo, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media.

Rahardjo, M. (2017). *STUDI KASUS DALAM PENELITIAN KUALITATIF: KONSEP DAN PROSEDURNYA* (Vol. 6). UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG.

Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan metode Studi Kasus Yin Dalam penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *INERSIA: Informasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil dan Arsitektur*, 16(1), 92–104. <https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>.

RI BPK, J. (2020). *Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*. hal. 1-5. <https://peraturan.bpk.go.id/>

Ritonga, E. Y. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 32. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1460>

Riyantie, M., Alamsyah, A., & Pranawukir, I. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa di Era Digital Dan Era Pandemi Covid-19. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 255–267. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1721>

Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Revisi). PT. Raja Grafindo Persada.

Ruslan, R. (2016). *Manajemen public relations & Media komunikasi konsep dan Aplikasi*. Jakarta Rajawali pers.

Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Alfabeta. Bandung.

Sholahudin, U. (2020). Membedah Teori Kritis Mazhab Frankfurt. *Jurnal of Urban Sociology*, 3(No.2), 71–89. [www.journal.uwks.ac.id/index.php/sosiologi](http://www.journal.uwks.ac.id/index.php/sosiologi)

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan* (Cet.12). Remaja Rosdakarya.

Suparno, L. (2011). *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Public Relations*. PT. Indeks.

Toffin Indonesia. (2021). *Proyeksi Bisnis Kedai Kopi di 2022*. <https://insight.toffin.id/bisnis/proyeksi-bisnis-kedai-kopi-di-2021/>

Trisnani, -. (2017). Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 6(3). <https://doi.org/10.31504/komunika.v6i3.1227>

Wahyuningsih, S. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya*. UTM PRESS Bangkalan - Madura, 119.

Widuhung, S. M. (2021). Strategi Marketing Public Relations Petromindo Group Di era Pandemi Covid-19. *Jurnal Public Relations*, 2(1), 1–7. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/308/12>