

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto dan Soemirat. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Burhan, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta ; Prenadamedia Group.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo
- Cutlip, C.,& Broom. (2006). *Effective Public Relations (Edisi kesembilan)*. Jakarta: Kencana.
- Danandjaja. (2011). *Peran Humas Dalam Perusahaan*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* , Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Effendy, O. U. (2009). *Komunikasi teori dan praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Frida, K. (2002). *Dasar-Dasar Humas*, Edisi pertama, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta Selatan.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Harris, T. L. ., & Whalen,P. T. (2006). *The Marketer's guide Public Relations in the 21st century*. USA: Thomson Higher Education.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Grasindo.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 12. Indonesia : PT Indeks.
- Kotler & Keller (2004). *Prinsip – Prinsip Marketing*. Edisi ke 7. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* , Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mullins,J.W., Walker Jr., Orville,C. (2013). *Marketing Management : A Strategic Decision-Making Approach*. Internasional : McGraw-Hill..
- Oliver, S. (2007). *Strategi Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Ruslan, R. (2001). *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Suyanto,M. (2007) *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.

Jurnal & Skripsi

- Agung. (2012). *Strategi Marketing Public Relations Telkomsel Surakarta Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan*.

http://eprints.ums.ac.id/22952/1/HALAMAN_DEPAN.pdf

- Chairunnisa. (2019). *Strategi Marketing Public Relations PT. Dua Synergy Communications dalam Meningkatkan Jumlah Penggunaan Jasa Event Organizer*.

[file:///C:/Users/Asus/Downloads/ed79c7c537496e49b6b91f1e786113bc%20\(6\).pd](file:///C:/Users/Asus/Downloads/ed79c7c537496e49b6b91f1e786113bc%20(6).pd)

Christian & Lina. (2016). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Kepulauan Talaud-Sulawesi Utara*.

[file:///C:/Users/Asus/Downloads/586-1530-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/586-1530-1-PB%20(3).pdf)

Dwitasari. (2012). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Proses Rebranding (Studi Mengenai Perubahan Apartemen Menara Salemba Batavia Menjadi Menteng Square)*.

<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20289900-S-Dwitasari%20Diyanti.pdf>

Humaira. (2019). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempromosikan Hotel Grand Suka Pekanbaru*

<http://repository.uin-suska.ac.id/21844/1/SKRIPSI%20HUMAIRAH.pdf>

Mudillah. (2016). *Strategi Marketing Public Relations Jenahara Dalam Memasarkan Busana Muslim*.

[file:///C:/Users/Asus/Downloads/MUDILLAH%20FDK%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/MUDILLAH%20FDK%20(4).pdf)

Novianti, N. (2010). *Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Corporate Image melalui Opini Publik*.

https://www.academia.edu/1993398/Strategi_Public_Relations_dalam_Mempertahankan_Eksistensi_Corporate_Image_Melalui_Opinii_Publik_Studi_Kasus_PT_Indocement_Tunggal_Prakarsa_Tbk

Nurfajrianto. (2018). *Strategi Marketing Public Relations PT. Wahana Mitra Wisata Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umrah*.

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/42707/1/RIZKY%20NURFAJRIANTO-FDK.pdf>

Rosiane. (2011). *Strategi Public Relations Sebagai Bagian Promosi Dalam Mempertahankan Positioning Mall (Studi Kasus Pada PT. Plaza Indonesia Realty, TBK Sebagai High End Luxury Mall)*.

<http://eprints.binus.ac.id/12371/1/2011-2-00400-mc%20abstrk.pdf>

Setyanto, Yugih. (2018). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di PT. Bach Multi Global Evita*.

[file:///C:/Users/Asus/Downloads/3596-7918-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/3596-7918-1-PB%20(1).pdf)

Artikel dan Portal Online

Anwar, Irfan. (2012). *Tingkat produksi Kopi di Indonesia*. Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia.

<http://www.aeki-aice.org/index.html>

Aisyah Andriani Cahyaningrum, 2022

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DUA COFFEE DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI TENGAH MARAKNYA KEDAI KOPI DI JAKARTA.

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

Dirgantara, Ganet. (2020, Februari 22). *Kedai Kopi Tumbuh Pesat Brewfest 2020 berlangsung di Jakarta*. Antaranews.

<https://www.antaranews.com/berita/1312874/kedai-kopi-tumbuh-pesat-brewfest-2020-berlangsung-di-jakarta>

Setyaningsih, Lilis. (2018, Juli 6). *Kedai kopi terus tumbuh di Jakarta dan sekitarnya diperkirakan ada 1500 kedai kopi*. Tribunnews.

<https://wartakota.tribunnews.com/2018/07/06/kedai-kopi-terus-tumbuh-di-jakarta-dan-sekitarnya-diperkirakan-ada-1500-kedai-kopi>