

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*.
- Apriliantini, A. (2020). *Analisis bauran promosi dalam upaya meningkatkan volume penjualan usaha kuliner Ice Kepal Mataram*. UIN Mataram.
- Aulya, D., & Zinaida, R. S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Z Coffee Shop Palembang dalam Upaya Menciptakan Brand Awareness. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 4659–4666.
- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen pemasaran jasa: strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Scopindo Media Pustaka.
- Chakti, G., & Abadi, A. Y. (n.d.). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL. CELEBES MEDIA PERKASA*. <https://books.google.co.id/books?id=OQzBDwAAQBAJ>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan, A. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Effendy, T. L., & Tamburian, H. H. D. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan di Instagram terhadap Minat Beli Produk di Cafe Janji Jiwa Jalan Dempo Palembang. *Kiwari*, 1(3), 435–442.
- Elsa Putri, E. (2023). *KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE OMDUT COFFE DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN DI KECAMATAN PANGKALAN KERINCI KABUPATEN PELALAWAN*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ginawati, R., & Fithrah, D. S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Florash Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@Florash). *EProceedings of Management*, 6(2).
- Gredyon, A., & Sari, W. P. (2019). Kopi dan Bauran Pemasaran (Studi Fenomenologi Kedai 9 Cups Coffee and Roastery). *Prologia*, 2(2), 250.
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Halim, F., Zukhruf Kurniullah, A., Butarbutar Efendi, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Hengki Mangiring Parulian Simarmata, S., Adi Permadi, L., & Novela, V. (2021). FullBookManajemenPemasaranJasa. In *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Hasyanita, A. N., & Mayangsari, I. D. (2022). Analisa Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Eboni Watch. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1096–1102.
- Herlyana, E. (2014). Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda. *THAQAFIYYAT: Jurnal Bahasa, Peradaban Dan Informasi Islam*, 13(1), 187–204.
- IKHWANI, D. W. I. A. (2023). *PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI KALA BUMI COFFEE SHOP*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Iliyas, H. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK KOPI BELOE LAMPUNG MELALUI MEDIA INSTAGRAM*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Irwanto, Y. (2022). *Implementasi Bauran Promosi (Promotion Mix) dalam Mencapai Target Nasabah Produk Tabungan BRI Junior Rencana di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Jember. Promotion Mix*, 1–155. [http://digilib.uinkhas.ac.id/9514/1/SKRIPSI\\_YENDI\\_IRWANTO.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/9514/1/SKRIPSI_YENDI_IRWANTO.pdf)
- Jamil, A. (2021). Social media communication: content analysis of Indonesian parliament instagram account. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(3), 746–763.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran Global, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Prenhalindo.
- Krismanto, R. E. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Pekanbaru Dalam Menarik Minat Pelanggan*. Universitas Islam Riau.
- Lestari, L. P., & Rodli, A. F. (2022). *Penerapan digital marketing terhadap produk pemasaran UMKM*. Rena Cipta Mandiri. <https://books.google.co.id/books?id=V99EAAAQBAJ>
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi*.
- Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Nasution, A. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 11–18.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2), 177–181.
- Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Alam, M. D. S., & Lisya, M. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Putri, A. E. (2020). Pengaruh Konten Akun Instagram@ Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24(2), 129–141.
- Putri, R. (2023). Analisis Faktor Kepuasan Konsumen pada Coffee Shop Pilar Coffee And Socializing Bukittinggi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1981–1989.
- Putri, S., & Putri, Y. R. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth Melalui Instagram@ menantea. toko Terhadap Brand Awareness Pada Produk Menantea. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3988–3997.
- Rizal, V. Z. (2019). Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@ Bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek. *Jurnal Komunikasi*, 4(1), 75.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *PEMASARAN DIGITAL*. Penerbit Widina. <https://books.google.co.id/books?id=o8CAEAAAQBAJ>
- Sugiyono, S. (2021). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D (Catatan Ke)*.

Yogyakarta.