

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Agus, Hermawan. “*Komunikasi Pemasaran.*” Jakarta: Erlangga, 2012.
- Bahasa, Alih. “*Periklanan Promosi Dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi Ke-5, Terjemahan: Reyvani Syahrial.*” Jakarta: Erlangga, n.d
- Bungin, Burhan. “*Analisis Data Penelitian Kualitatif,*” 2007.
- Bahasa, Alih. “*Periklanan Promosi Dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi Ke-5, Terjemahan: Reyvani Syahrial.*” Yogyakarta: Liberty, 2000.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima.* Yogyakarta: Gava Media
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu komunikasi: teori dan praktek.* Bandung: Rosda Karya, 2011.
- Eka, A. G. “Wenats,. Dkk. 2012.” *Success Story Intergrated Marketing Communication Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,* n.d.
- Kotler, Philip. “*Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas: Kencana Prenada Media Group: Jakarta,*” 2006.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2015). *Marketing Management.* - Buku ini menyentuh berbagai aspek pemasaran, termasuk manajemen layanan yang berkualitas.
- MM, Dr M. Anang Firmansyah, SE. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy.* Penerbit Qiara Media, 2019.
- Rangkuti, Freddy. “*Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication.*” *Language* 11, no. 273p (2009): 20cm.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,*

dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sumber Jurnal:

- Adhamawati, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram@KremaKoffie dalam Membangun *Brand Image* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Hasim, H., & Apriliani, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Scoop dan Skoop Dalam Membangun *Brand Image*. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(01), 62-71.
- Sari, Endang.D. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENGOPTIMALKAN CUSTOMER ENGAGEMENT MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.
(Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Instagram Onlineshop @Wilmerstudios)
- Wainira, M. A., Liliweri, Y. K., & Mandaru, S. S. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran dalam Membangun *Brand Image*. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(2), 138-148.
- Sadya Sarnita (2023). We Are Social : Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada Awal 2023: mar20, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023>

Sumber Website:

<https://jabar.tribunnews.com/2023/07/04/uniknya-ngopi-sambil-melukis-di-hola-koffie-bandung-pilihan-paketnya-bikin-nyaman-pengunjung> (Tanggal Akses 11 Agustus 2023)