

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinova, E. D. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif; Teori dan Praktik* (1st ed.). Calpulis.
- Ayu, K., Wahtu, K., & Probosari, N. (2020). THE DEVELOPMENT OF HIERARCHY EFFECTS AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) MODEL IN COMMUNICATION BRANDING STRATEGY OF TEPAL-SUMBAWA COFFEE. *Internasional*, 1(4), 536–547.
<https://doi.org/10.31933/DIJDBM>
- Boer, P., Utami, R., & Sos, S. (2020). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Bright Gas oleh PT . Pertamina (Persero) pada Akun Instagram @ brightgas*. 7(1), 1642–1658.
- Creswell, W. J. (2016). *Research Design* (R. K. P. Achmad Fawaid (ed.); 4th ed.). PUSTAKA PELAJAR.
- Effendy, U. E. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (28th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, A. M. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN* (Tim Qiara Media (ed.); 1st ed.). Cv. Penerbit Qiara Media.
https://www.researchgate.net/profile/Muhammad_Firmansyah8/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf
- Heryana, A. (2018). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Kualitatif*, December, 1–15.
- Kemenprin. (2019). *Industri Pengolahan Kopi Semakin Prospektif*.
<https://kemenperin.go.id/> <https://kemenperin.go.id/artikel/21117/Industri-Pengolahan-Kopi-Semakin-Prospektif>
- LittleJohn, W. S. (2009). *Teori Komunikasi "Theories of Human Communication* (Mohammad Yusuf Hamdan (ed.); 9th ed.). Salemba Humanika.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern* (1st ed.). Cakra Ilmu.

- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- 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>
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi, 10(2)*, 167. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2619>
- Putri, A. V., & Ali, D. S. F. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Shop Kopi Tuli. *Commiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(2)*, 95–108.
<https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1438>
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah, 14(1)*, 62–70. <http://jurnalhikmah.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/download/10/13>
- Rustan, Sultara, A., & Hakiki, N. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (1st ed.). CV Budi Utama.
https://books.google.co.id/books?id=Ezk2DwAAQBAJ&pg=PA32&hl=id&source=gbps_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false
- Serang Ngopi. (2020). *Daftar Tempat Kopi Di Serang*.
<https://www.instagram.com/serangngopi/>
- Slamet, Y. (2019). *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Syahputra, F. (2018). Dampak Sistem Manajemen Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan F A Syahputra. *Nasional*.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 2(1)*, 90–95.
- Wahyudianta, imam. (2017). *Bisnis Kopi Indonesia Sangat Menjanjikan*. Detik.Com. <https://food.detik.com/berita-boga/d-3493701/chicco-jerikho-dan-rerio-dewanto-bisnis-kopi-indonesia-sangat-menjanjikan>