

DAFTAR PUSTAKA

- Asih Astuti. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran Inews Tv Sumut Dalam Meningkatkan Segmentasi Pemirsa. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Muhamad Rifqi Aliansyah dan DIni Salmiyah Fithrah. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (studi kasus Forever Young Crew). *Universitas Telkom Bandung*.
- Ade Rahma. 2017. event sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran produk fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth). *Universitas Muhammadiyah Tangerang*.
- Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Agus Purtanto. 2013. Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Event Pocari Sweat Futsal Championship 2013 (PSFC 2013) Regional Yogyakarta dalam Pembentukan Brand Equity Pocari Sweat Pada YGO Event Management. *Universitas Atmaja Yogyakarta*.
- Assegaf, H. H., Tseng, S., & Mamlukah, M. 2021. Korelasi Antara Konsumsi. Kopi Dengan Tekanan Dan Gula Darah, Imt, Hb, Lama Tidur Dan Screen. *Journal of Public Health Innovation*.
- Cangara, H. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dahwilani, D. M. 2019. Retrieved from Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia: <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- Dewi Rahmawati. 2016. Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz). *Universitas Islam Negeri Kalijaga Yogyakarta*.
- Dwi, B. A. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Haryono, C. G. 2020. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Jawa Barat: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Heidrick dan Struggles. 2009. *CEO*. China: China Marketing Press.
- Herlyana, E. 2012. FENOMENA COFFEE SHOP SEBAGAI GEJALA GAYA HIDUP BARU KAUM MUDA. *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Iriandhy, Bayu Senja. 2017. Strategi Komunikasi Persuasif Pada Perusahaan Multi Level Marketing (MLM) FM Group Indonesia Dalam Meningkatkan Penjualan Perusahaan FM Parfume. *Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.

- Keplan & Michael. 2010. User of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizon* .
- Lutrell, R. 2015. *Social Media: How to Engage, Share and Connect*. United : Rowman & Littlefield.
- Moleong, L. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purnama, H. 2011. Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication. *Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana*.
- Sanjaya dan Tarigan. 2009. *Creative Digital Marketiing*. Jakarta: PT Elex Media Komputtindo.
- Sarwono, S. W. 2013. *Psikologi Remaja*. Psikologi Remaja: Jakarta.
- Statistik, B. P. 2021. Retrieved from Statistik Kopi Indonesia 2021: www.bps.go.id
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjahyono, N. 2014. strategi marketing communications grand city mall surabaya dalam membangun brand awareness melalui event earth hour 2013. *Universitas Kristen Petra Surabaya*.
- Tjiptono, F. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yugantara, S. &. 2021. Gaya Hidup Ngopi Sebagai Perilaku Konsumsi. *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1).