

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Atmoko Dwi, Bambang. (2012) . *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Burhan Bungin. (2009). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cresswell. J. W. (2010). *Research design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Culip., Center dan Broom. (2000). *Effective Public Relations*. Eight New Jersey: Prentice Hall.
- Deddy Mulyana. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dozier, Droom, Gleen and David. (1989). *Using Research In Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kolter, P. (2012). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Little john, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi (theories of human communication)* edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Prayitno, Sunarto., Harjanto, Rudi. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.

Regina Luttrell. (2015). *Sosial Media : How to engage, share and connect*.

London: Rowman& Littlefield.

Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi:*

Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Stevenson, William, J. (2014). *Manajemen Operasi Perspektif Asia: Operations*

Management An Asian Perspective. Jakarta: Salemba Empat.

Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kedua.

Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sumber lain :

<https://www.franchise-expo.co.id/Press/Tips/Hal-Hal-Penting-Sebelum-Memulai-Coffee-Shop/> (diakses pada tanggal 27 Febuari 2019)

[file:///C:/Users/8.1/Downloads/43-44-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/8.1/Downloads/43-44-1-PB%20(1).pdf)
(diakses pada tanggal 27 Febuari 2019)

<http://gomovix.searchalgo.com/search/?category=web&s=rvds&q=Dalam+hal+ini+%2C+pemasaran+menjadi+bagian+yang+menghubungkan+antara+kegiatan+produksi+dan+konsumsi>. (diakses pada tanggal 1 Maret 2019)

<https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-sosial.html>
(diakses pada tanggal 6 Maret 2019)

<https://www.kompasiana.com/habib31079300/5b50a860ab12ae6a3632a722/pemanfaatan-media-sosial-instagram-sebagai-sarana-pemasaran>
(diakses pada tanggal 6 Maret 2019)