

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiesa, S., & Putra, R. P. (2023, January). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Kedai Kopi@ critoe_. In Bandung Conference Series: Communication Management (Vol. 3, No. 1, pp. 153-160).
- Aditya, Mario Osann (2020) Pemanfaatan Media Sosial Instagram Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung Other thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Alfarisky, M. F. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TUJU COFFEE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@ tjucoffee. eatery)* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Anisyahrini, R., & Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. *Profesi Humas*, 237-254.
- Aprina, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran@ Yu. case. it Melalui Media Instagram. *Skripsi Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang*, 101.
- Basu, S. D., & Irawan (1986). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi kedua Yogyakarta: Liberty.
- Fadillah, T., Nurprapti, N., & Nesia, A. (2018). *Strategi komunikasi pemasaran café papistar melalui media sosial instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Fandy, Tjiptono. (2008). Strategi pemasaran. Dalam T. Fandy, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI, 219.
- Giantika G.G. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Zoya Melalui Instagram@zoyalovers (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram@zoyalovers). *Jurnal Komunikasi*, 37-42.

- Kotler Philip, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Edition). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, Philip, K. L. (2012). *Marketing Management* (12th Edition). New Jersey: Prentice hall published.
- Kotler, Philip, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Edition). Boston: Prentice Hall.
- Kotler, Philip, K. L. (2017). *Marketing Management* edisi 12. Jakarta: indeks.
- Kurnia, I. D., & Wiwitan, T. (2023, January). Strategi Komunikasi Pemasaran Bahagia Kopi melalui Media Sosial Instagram. In *Bandung Conference Series: Public Relations* (Vol. 3, No. 1, pp. 263-269).
- Lestari, P. (2022). *Coffee Shop*. Diambil kembali ArsiTag: <https://www.arsitag.com/media/coffee-shop/>.
- Lexy J, Meleong. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif* edisi revisi. Bandung :PT. Remaja Rosdakarya.
- Luttrell, R (2015). *Sosial Media: How to Engage, Share, and Connect Dalam R. Luttrell Sosial Media: How to Engage, Share, and Connect*. London: The Rowman & Littlefield Publishing Group.
- Machfoedz, M. (2015). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Dalam M. Machfoedz *Komunikasi Pemasaran Modern* Yogyakarta: Cakar Ilmu.
- Moleong. lexy j. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT remaja rosdakarya offset.
- Mulyana, D. (2013). *Imu Komunikasi : Suatu pengantar*. Cetakan ke 17. Bandung PT. Remaja Rosdakarya.

- Pin Home.* (2023). Diambil kembali dari Coffee Shop:
https://www.pinhome.id/kamus-istilahproperti/coffee-shop/#Apa_Itu_Coffee_Shop
- Pratama, M. A. (2022). *STARTEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SKIPPERS COMPANY DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Pratiwi, V., & Wahid, U. (2021). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PT. BUKKU MEDLA INTEGRASI (BUKKU) PADA MASA PANDEMI COVID 19 M INSTAGRAM@BUKKUID. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*. Hasil Pemikiran dan Penelitian 710-724.
- Rachmat Kriyantono. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. *Visi Komunikasi*, 71-90
- Soraya, I (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta) *Jurnal Komunikasi*.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Afabet.
- Suwato, H. (2017), *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.