



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W & Herawati, A. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)*. Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi. 309-323.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Munthe, R. N., Kato, I., Muliana, Ashoer, M., Simarmata, H. M. P., Berlien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Belch, G.E & Belch, M.A. (2018). *Advertising and Promotion An integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill Education.
- Dewi, P, N., Hendriyati, C., & Ramdhani, R, M. (2021). *Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi*. Jurnal Industri dan Perkotaan. 6-12.
- Fawzi, M, G, H, Iskandar, A, S, Erlangga, H, Nurjaya, H, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books
- Firmansyah, M, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta.
- Kotler, Armstrong (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing [Global Edition] by Philip Kotler Gary Armstrong*. Pearson Education Limited.
- Krismanto, R, E. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Pekanbaru dalam Menarik Minat Pelanggan*. 69-73.
- Kumparan (2019), *Aplikasi HonestDocs Teliti Tren Kopi Indonesia dan Dampak Kesehatannya*, <https://kumparan.com/jejaktekn/aplikasi-honestdocs-teliti-tren->

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



[kopi-indonesia-dan-dampak-kesihatannya-1s3KyhoaITd/full](#), diakses 20 November 2022.

- Kusniadji, Suherman. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*. Jurnal Komunikasi. 83-96.
- Labib, S & Aulia, A,G, S, E. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan*. *Jurnal Network Media Vol: 2 No. 2, 1-27*.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat.
- Miles & Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*. PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Rismayanti, P. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Peningkatan Penjualan*. 1, 43. http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/28534/1/13730036_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf
- Rosadi, Dodi (2020), *Tren Minum Kopi Sebagai Gaya Hidup*, <https://kumparan.com/dodirosadi007/tren-minum-kopi-sebagai-gaya-hidup-1uNR9kCdiK7>, diakses 20 November 2022.
- Setyawan, B, Hidayat, W. & Listyorini, S. (2015). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Surat Kabar Harian Suara Merdeka di Kota Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(1), 1–9.
- Shannon, C, E. & Weaver, W. (1964). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana.
- Sumantara, I, W, Y., Pascarani, N, N, D., & Pradipta A, D. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Mangsi Coffee dalam Memperkenalkan Kopi Arabika Bali sebagai Produk Unggulan Lokal*. 1-5.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d*. Alfabeta Bandung
- Smith, PR & Zook, Z. (2020). *Marketing Communications [Seventh Edition] Integrating online and offline, customer engagement and digital technologies*. Kogan Page Limited.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.