



DAFTAR PUSTAKA

(1) Buku Teks

- Budiargo, Dian (2015), *Berkomunikasi ala Net Generation*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Creswell, John W (2014), *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damsar (2011), *Pengantar Sosiologi Pendidikan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- De Vito, Joseph A (2016), *Interpersonal Communication 14th edition*, England: Pearson.
- Kriyantono, R (2010), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012), *Marketing Management 14th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lilaweri, Alo (2011), *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J (2012), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra, *et al* (2011), *Advertising*, Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy (2013), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana Deddy (2016), *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Narwoko, J Dwi dan Suyanto (2010). *Sosiologi Teks Pengantar*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pride, William M dan O.C. Ferrell (2016). *Marketing*, USA: Cengage Learning.
- Sugiyono (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2017a), *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2017b), *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Tatik (2018), *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Yogyakarta: Graha Ilmu.



Walgito, Bimo (2010), *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi.

(2) Jurnal/Skripsi

Amalia, Dinda Aishah (2017), Skripsi: *Persepsi Konsumen pada Sosialisasi Program CSR Water for Change Starbucks Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif pada Donasi CSR Rp 1000)*.

Chrysilla, Carissa (2014). Skripsi: *Peran Public Relations The Body Shop dalam Mengkampanyekan 'Say No To Plastic' Untuk Mendukung Gerakan Go Green dan Ramah Lingkungan*.

Mahardika, Deskarina (2015). Jurnal: *Persepsi Konsumen Terhadap Kampanye Lingkungan dan Kampanye Sosial yang dilakukan The Body Shop (Studi Deskriptif pada Pengguna The Body Shop)*.

(3) Sumber dari Internet

'Fore Coffee: The Next Generation Of Coffee Shop' 2019, Café & Travel, 14 Febuari, <https://majalah.ottencoffee.co.id/fore-coffee-next-generation-coffee-shop/>, diakses pada 25 November 2019.

Kampanye, (n.d), Tentang Kampanye, https://www.wwf.or.id/tentang_wwf/upaya_kami/iklim_dan_energi/solusikami/kampanye/, diakses pada 6 Januari 2020.

'Menenggelamkan Pembuang Sampah Plastik di Laut' 2019, Lingkungan Hidup, 31 Juli, <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/sosial/menenggelamkan-pembuang-sampah-plastik-di-laut>, diakses pada 11 Juni 2020.

'Menikmati Akhir Pekan di Jakarta Coffee Week 2019' 2019, Travel, September, <https://travel.kompas.com/read/2019/09/01/110000627/menikmati-akhir-pekan-di-jakarta-coffee-week-2019>, diakses pada 30 November 2019.

'Pengertian Kampanye Secara Umum, Tujuan, Fungsi, dan Jenis-Jenis Kampanye' 2018, Sosial, Januari, <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-kampanye.html>, diakses pada 6 Januari 2020.

'Pengertian Kampanye Sosial, Fungsi, Tujuan, Jenis, dan Mediana' 2018, Sosial, 1 November, <https://dosensosiologi.com/pengertian-kampanye-sosial/>, diakses pada 16 Januari 2020.

Republik Indonesia. 1999. *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/447/undangundang-nomor-8-tahun-1999#>, diakses pada 20 Januari 2020.

Sosialisasi (Def. 3) (n.d), Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, <https://kbbi.web.id/sosialisasi>, diakses pada 17 Januari 2020.

'Tata Niaga Kopi Dunia dan Perang Dagang' 2018 Lifestyle, 10 Maret, <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180310152320-33-6832/tata-niaga-kopi-dunia-dan-perang-dagang>, diakses pada 3 Februari 2020.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

