

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Ashri, A. F. (2018). *Jelajah Kopi Nusantara Gerakan "Ngopi" dari Belitung*: Kompas.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46-62.
- Dzalila, dkk. (2020) Pengaruh Pembelajaran Daring Pada Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Tingkat Pemahaman Belajar Mahasiswa. *Jurnal Signal*, 8(2), 203-214
- Edyansyah, T. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Merek Oleh Konsumen Pada Produk Kosmetik Oriflame Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 9(2), 55–72.
- Endri, E. P., & Prasetyo, K. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Kawa Daun Tanah Datar dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Audiens*, 2(1).
- Fariastuti, I., & Azis, M. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Oneforthree.Co Di Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 54-69.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Giantika, G. G. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana

- Muslim Zoya Melalui Instagram @Zoyalovers (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Zoyalovers). *Journal Komunikasi*, 11(1), 37-42.
- Gitiyarko, V. (2021). PSBB hingga PPKM, Kebijakan Pemerintah Menekan Laju Penularan Covid-19. Kompas Pedia. (Diakses 2 April 2023)
- Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddien, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 72–83.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1.
- Hendrayani, E. (2020). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Kementerian Kesehatan Indonesia. (2023). PPKM di Indonesia Resmi Dicabut. (Diakses 2 April 2023)
- Kusnandar, V. B. (2022, March 31). *Industri Makanan Dan Minuman Nasional Mulai Bangkit Dari Pandemi Covid-19. Nilai Dan Pertumbuhan Pdb Industri Makanan Dan Minuman (2010-2021)*. Databoks.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (1997). *Dasar – Dasar Pemasaran*. Edisi Indonesia. Alih
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing (7th ed.)*. Salemba Empat.
- Kotler, P., Keller, K. L., Molan, B., & Sarwiji Bambang. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Bahasa Alexander Sindoro. Jilid 1. Jakarta: Perinhallindo
- Liliyana. (2020). Implementasi Bauran Promosi pada Usaha Kuliner Restoran Bumbu Desa Ciledug di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akrab Juara*, 5(4),

228–243.

Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8

Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 60–66.

Maryolein, S., Hapsari, N., & Oktaviani, R. C. (2019). Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium. *Avant Grade*, 7(1), 19-41.

Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7p) Pada Black Cup Coffee Roaster Di Kota Manado. *Jurnal Transdisiplin Pertanian (Budidaya Tanaman, Perkebunan, Kehutanan, Peternakan, Perikanan), Sosial Dan Ekonomi*, 18(September), 699–708.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tasnim, dkk. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Tulasi, D. (2012). *Marketing Communication Dan Brand Awareness*. *Humaniora*, 3(1), 215–222.

Widiyaningsih, D. S. (2022). Makna Coffee shop Bagi Remaja Milenial Sebagai Bentuk Citra Diri Di Media Sosial. *Publiciana*, 15(01), 12–18.

Wulan, W. S., Kholid, M. M., & Edriana, P. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan

Pelanggan (Studi Pada Restoran Kayu Manis Tuban ). *Administrasi Bisnis*,  
38(2), 178–183.

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Depok:

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasila

Wijoyo, H., Cahyono, Y., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2020). *Digital Economy*

Dan Pemasaran Era New Normal. Sumatera Barat: CV Insan Cendekia

Mandiri.

Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). *Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan*

Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah).

*Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 14–24.