

DAFTAR PUSTAKA

- Annisya, V. (2019). Strategi Marketing Public Relations D'Besto Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram. *Prosiding Seminar Nasional HUMANIS 2019*, 377–384. www.apjii.or.id
- Ardila, Y. (2015). Hubungan Kualitas Layanan Service Sepeda Motor Dengan Loyalitas Pelanggan Di Bengkel Resmi Honda Ahass. *Skripsi, Juli*, 10–28. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/428>
- Creswell, J. W. (2018). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches Third Edition. In *Analytical Biochemistry* (Vol. 11, Issue 1). <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- Goodstats. (2024). Pola Konsumsi Kopi Orang Indonesia di Tahun 2024. *Artikel*, 1–13. <https://goodstats.id/publication/hasil-survei-pola-konsumsi-kopi-orang-indonesia-di-tahun-2024-AiM7t>
- Harris, T. L. (2006). *The Marketer's guide to public relations in the 21st century*.
- Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalbah, S. Z., Ratnaningsih, P. W., & E, A. A. M. S. (2022). Media penelitian kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January). <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Nasution, A. A. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di PT. Fortunas Abadi Multiteknik. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Paramita, K. (2022). Analisis Pendapatan Pada Warung Tegal 2000 di Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Perman, T. A. (2015). Strategi Pemasaranpublic Relations Md Entertainment Pada Pemasaran Film Habibie & Ainun. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(1), 33–40. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol3n1.4>
- Priyono, A., & Ahmadi, D. (2021). Strategi Komunikasi Marketing Public Relations Barli Coffee paradigm Konstruktivisme pada penelitian ini karena paradigma Konstrutivisme ini dapat dilakukan oleh pihak Barli Coffee dalam meningkatkan konsumen di masa Pandemi Covid-19. *Journal Riset Public Relation*, 1(1), 90–95.
- Putra, A. A. (2017). Strategi Marketing Public relations. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42. [http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB II.pdf](http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB%20II.pdf)
- Rahmawati, S. A. (2019). Strategi Marketing Public Relations Checo Café Resto. *Jurnal Komunikatif*, 8(1), 1–22. <https://doi.org/10.33508/jk.v8i1.1981>

- Richard Oliver. (2021). Service Quality Dimensions . Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Rivaldi, M. (2018). Studi Etnomatematika Masyarakat Kampung Salapan Kabupaten Karawang. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Statista. (2024). *Market Insights Coffee Indonesia*. <https://www.statista.com/outlook/cmo/hot-drinks/coffee/indonesia>
- Wahyuningsih, S. (2013). Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya. *UTM PRESS Bangkalan - Madura*, 119.
- Yazid, T. P., & Asfarina, M. (2017). Proses Marketing Public Relations Pada Kafe. *Prosiding CELSciTech*, 2, com_38-com_44.
- Yin, R. K. (2023). Case Study Research and Applications Design and Methods Sixth Edition. In *Japan Marketing Journal* (Vol. 43, Issue 2). <https://doi.org/10.7222/marketing.2023.045>