

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, N. R., & Zania, F. M. (2021). The Effect of Public Relation and Customer Value Marketing On Customer Loyalty In Starbucks Coffee Batam City. *Journal Of Applied Business Administration*, 5(2), 163-171.
- Armaya, A. A., Yasmin, A. S., Agustina, D., & N, N. (2023, December 16). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pengembangan komunitas virtual. *Armaya | Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Asraini, D. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Nusantara Surya Sakti Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Azzahra, M., Abdurahman, A. I., & Alamsyah, A. (2023). Fenomena Ngopi di Coffee Shop Pada Gen Z. *Social Science Academic*, 1(2), 493–506.
- Creswell, J. W., & Cresswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 5th Edition. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective Public Relations* (Tri Wibowo B. S., Trans.).
- Darwin, J. (2020). *Unlocking the world: port cities and globalization in the age of steam, 1830-1930*. Penguin UK.
- Devita, D., & Sumartono, S. (2010). Hubungan manfaat kegiatan community relations dengan citra perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. pada masyarakat Kragilan Serang Banten. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*.
- Ekowati, T., & Puspitasari, I. (2014). Analisis gaya hidup konsumen remaja di kota Purworejo. *SEGMEN: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1).
- Fatah, A. N., & Santosa, H. P. (2023). Coffee Shop Marketing Communication Strategy to Increase Sales (Case Study at Kedai Kopi Inspirasi Bogor). *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(2), 235-243.
- Hamzah, R., Manogari, R., & Shabrina, R. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI KOPI KAMAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN. *KOMUNIKATA*57, 1(1), 50-59.
- HartiniMIK, T. (2016). STRATEGI COMMUNITY RELATIONS LEMBAGA PENDIDIKAN. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya*, 1(1), 33–43.
- Hendrayani, Y., Alkautsar, M. S., & Manihuruk, H. (2022). Marketing public relations strategy of coffee shop business during COVID-19 pandemic. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 7(1), 93-108.
- Husna, I., Ramadhani, S., & Ilhamy, M. L. (2023). Analisis Fenomena Budaya Ngopi Sebagai Gaya Hidup Generasi Millennial (Studi Kasus pada Coffee Shop Pasco Bagan Batu Riau). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 2(2), 267–277

- Ihwanudin, N., Nugroho, L., Bangun, R., Darmaningrum, K., Juliansyah, R., SiskaMY, A., ... & Purwanda, E. (2023). *Ekonomi dan Bisnis Digital*.
- Imam Munandar, & Tika Nirmala Sari. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Relationship Management (CRM) terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada CV Mars Global Group. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 16–26.
- Junaidi, J., Ardiya, A., & Anugrah, P. (2022). Coffee shops as space for the cultural production in Urban society. *Wisdom*, (2 (22)), 50-58.
- Kundre, A. J., Wisnubadhra, I., & Suselo, T. (2013). Penerapan Customer Relationship Management Dengan Dukungan Teknologi Informasi Pada PO. CHELSY. *SEMNAS TEKNO MEDIA ONLINE*, 1(1).
- Latuheru, S. Q., & Roennfeld, S. (2020). Analisis Pelaksanaan Community Relations GKI Pamulang Melalui Pelayanan Kesehatan untuk Masyarakat Sekitar. *COMMENTATE*, 1(2), 176.
- Muyasaroh, S. (2016). COMMUNITY RELATIONS DALAM KONTEKS IMPLEMENTASI “CSR” (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY). *ETTISAL: Journal of Communication/Ettisal*, 1(1), 75.
- Nastiti, N. A., & Supranata, I. K. G. (2020). Strategy Marketing Public Relations Glad Coffee Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *PANTAREI*, 4(02).
- Naumovska, L., & Blazeska, D. (2016). Public relation based model of integrated marketing communications. *UTMS Journal of Economics*, 7(2), 175–186
- Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang). *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1).
- Ramdani, D., Erihadiana, M., & Syah, M. (2023). The Role of Public Relations Management in Increasing Community Participation at Madrasah Aliyah Negeri 1Ciamis. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 7(1), 299-305.
- Rahayu, E., & Setiawati, S. (2020b). COMMUNITY RELATIONS CAFÉ KOMUNITAS BOBER CAFE TERHADAP KOMUNITAS DI KOTA BANDUNG. *Komunikologi*, 4(2), 160
- Rahmiati, F., Prayoga, T. Z., Goenadhi, F., & Naseri, R. N. N. (2023). Marketing Communication Mix on Purchase Decision in Industrial Area: A Study From.
- Rinawati, L., Harno, R., & Hasibuan, P. S. N. (2023). OPTIMIZATION OF CUSTOMER LOYALTY AT COFFEE SHOPS IN SURABAYA. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*, 2(3), 392–403.
- Samsu. (2017). *METODE PENELITIAN: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. (Rusmini, Penyunt.)Jambi: Pusaka Jambi.
- Solikatun, S., Kartono, D. T., & Demartoto, A. (2015). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi (Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang).
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Wang, T.-C. (2017). Marketing public relations strategies to develop brand awareness of coffee products. *Science Journal of Business and Management*, 5(3), 116.

- Widyaningrum, D. I. D., & Effendi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat.
- Wijaya, H. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF: sebuah tinjauan teori & praktik. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications, 6th Edition. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Zainal, A. G., Wijaya, T., & Wardhani, A. C. (2021). Communication strategy of Relationship Chat Account Manager in managing the Follower. Jurnal Komunikasi Sarjana Komunikasi Indonesia, 6(1), 32–43.
- Zubair, F. (2020). Pemahaman komunitas terhadap program community relations di Palimanan dan Citeureup. Profesi Humas, 5(1), 98.

