

DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, S., Mentari, R., & Dwiputri, M. (2020). *L A K A R*. 03(02), 137–140. <https://jakarta.bps.go.id/statictable/2017/>
- Alan Pratama. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Reclays Purnama Cipta Bandung Dalam Melakukan Proses Branding*. Universitas Komputer Indonesia.
- Ali Mahmudan. (2022, June 9). Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021? . *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>
- Asrori Al Ishaqi, A., & Ariffudin Islam, M. (2021). Perancangan Re-Branding Identitas Visual Kopi Totalitas Di Surabaya. *Jurnal Barik*, 2(3), 1–15. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Basith, A., Anwarudin, K., Komunikasi, D. J., Islam, P., & Komunikasi, M. J. (2018). *Eksistensi Komunitas Melalui Budaya Organisasi* (Vol. 9, Issue 2).
- Braithwaite, D. O., & Schrodt, P. (Eds.). (2014). *Engaging Theories in Interpersonal Communication Multiple Perspectives* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Elly Rasmikayati, Sintia Afriyanti, & Bobby Rachmat Saefudin. (2020). Keragaan, Potensi dan Kendala pada Usaha Kedai Kopi Di Jatinangor (Kasus pada Belike Coffee Shop dan Balad Coffee Works). (*Jurnal Agribisnis Dan Teknologi Pangan*), 1, 26–45.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (keempat). CV. ANDI OFFSET.
- Griffin, E. (2012). *A First Look At Communication Theory Eighth Edition* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Halim, B. C., Dharmayanti, D., Si, M., Ritzky, D., & Brahmana, K. M. R. (2014). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference Dan Repurchase Intention Pada Merek Toyota. In *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (Vol. 2, Issue 1).

Harisudin, M. (2019). Metode Penentuan Faktor-Faktor Keberhasilan Penting Dalam Analisis SWOT. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian, Vol.3, No. 2*(Agrisaintifika).

Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2009). *Brand Management: Research, theory and practice*.

Jiwa, E. (2018). *Proses Rebranding Coffee Road Menjadi Koling*. 28–28.

Komalawati, E., Rosma, A., & Studi Manajemen Komunikasi -Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen, P. (2019). *Strategi Public Relations Dalam Rebranding Bekasi Square Menjadi Revo Town*. 3(2), 110. <http://ojs.stiami.ac.id>

Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, malcolm, & Hansen, Mt. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B Brand Management with the Cooperation of Ines Michi* (1st ed.). Springer Berlin.

Kriyantono, R. (2012). *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.

Littlejohn, S., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia Of Communication Theory*. Sage Publications.

Littlejohn, S. W. (2011). *Teori Komunikasi* (R. Oktafiani, Ed.; 9th ed.). Salemba Humanika - Cengage Learning.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories Of Human Communication Eleventh Edition* (11th ed.). Waveland Press.

Monavia Ayu Rizaty. (2022, September 29). Konsumsi Kopi Indonesia Terbesar Kelima di Dunia pada 2021 Artikel ini telah tayang di DataIndonesia.id dengan judul "Konsumsi Kopi Indonesia Terbesar Kelima di Dunia pada 2021. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/konsumsi-kopi-indonesia-terbesar-kelima-di-dunia-pada-2021>

Mubarokah, I. (2022). *Manajemen Pelayanan Referensi Pada UPT Perpustakaan UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi- Lampiran Fultext*. 34–35.

Muzellec, L., & Lambkin, M. (2006). Corporate rebranding: Destroying, transferring or creating brand equity? In *European Journal of Marketing* (Vol. 40, Issues 7–8, pp. 803–824). <https://doi.org/10.1108/03090560610670007>

Pradana, W. R. (2022, September 3). *Ada 3.000 Kedai Kopi di Seluruh Yogya, Terpadat di Indonesia*. <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBAIlgDYG/full>

Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. UB Press.

Rahmadhani, Y. (2017). Strategi Branding Portal Online www.Tripriau.Com Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau. In *JOM FISIP* (Vol. 4, Issue 1). www.tripriau.com.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)* (Sunarto, Ed.). ALFABETA, cv.

Zullaihah, R., Setyawati, H. A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bangsa, P. (n.d.). Analisis Pengaruh Iklan, Identitas Merek, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Smartphone Merek Oppo di Kebumen). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 3, Issue 1). <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>