

## DAFTAR PUSTAKA

- Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Aditia, M. Y., & Asiyah, B. N. (2023). Penerapan Manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating Dan Controlling) Pada Usaha Dawet Semar Di Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 36-48.
- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147-157.
- Andreani, F. (2007). Experiential marketing (sebuah pendekatan pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1).
- Arisanti, P. (2021). Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial Dan Desain Coffe Shop. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(4), 579-590.
- Astria, D. A. (2019). Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening: pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas (studi pada pelanggan molak malik cafe kota pasuruan). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4), 1145-1153.
- Astuti, Y. T. S. (2019, September). Pengaruh Strategi Periklanan Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi. In *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* (Vol. 1).
- Bolang, A. V., & Oktafani, F. (2016). Pengaruh word of mouth terhadap proses keputusan pembelian pada Cafe Roti Gempol dan Kopi Anjis cabang Suryasumantri Bandung. *eProceedings of Management*, 3(1).
- Bungin, Bu. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- C. Mowen, John, Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Darmadi, D., Suharyono, M. A., & Latief, W. A. (2013). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Penjualan. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab) Vol, 2, N0*.
- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Membangun Brand Awareness Saat Pandemi Covid-19. *Parahita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 47-54.
- de Paula, E., & Chaves, S. (2017). Identity, Positioning, Brand Image and Brand Equity Comparison. *Independent Journal of Management & Production*, 8(4), 1246-1263.

- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. Jakarta: *Gramedia Pustaka Utama*.
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, J. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2009). *Human Relations & Public Relations*. Bandung: Mandar Maju
- Farasa, N., & Kusuma, H. E. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebetahan Di Kafe: Perbedaan Preferensi Gender Dan Motivasi. *Prosiding Temu Ilmiah Iplbi, 2015*, 29-34.
- Fauzi, A., Punia, I., & Kamajaya, G. (2012). Budaya nongkrong anak muda di café. *Denpasar: Unud*.
- Gani, A. (2022). Usulan Strategi Pemasaran Berdasarkan Costumer Retention Dalam Menghadapi Persaingan Kedai Kopi Di Daerah Sekitar Kota Sumedang Studi Kasus: Sawala Space & Café. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 438-462.
- Gilbert, D. (2003). *Retail Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Gunardi, Charlie Giovani, and Rezi Erdiansyah. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku." *Prologia* 3.2 (2019): 456-463.
- Hansory, M. F., & Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh Experience Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Perceived Value Dan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Di De Soematra 1910 Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 70-79.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Star Seller Terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian Pada Toko Online Di Shopee. *Jurnal Teknik Its*, 9(2), A234-A239.
- Harti, H., Widyanti, D. (2021). Pengaruh Self- Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Millenial Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.15, No. 1: 50-60.
- Hendariningrum, R., Susilo, M. E. (2008). Fashion Dan Gaya Hidup: Identitas Dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Veteran Yogyakarta*, Vol. 6, No. 1.
- Ibrahim & S. Idy. (2007). *Kritik Budaya Komunikasi, Budaya, Media dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratitasi di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ismail, R. E., & Wiwitan, T. (2022). Strategi Komunikasi Konsep “Bayar Seikhlasnya” di Kafe X. *Jurnal Riset Public Relations*, 31-34.
- Ismail, R. E., & Wiwitan, T. (2022). Strategi Komunikasi Konsep “Bayar Seikhlasnya” Di Kafe X. *Jurnal Riset Public Relations*, 31-34.
- Kholik, N. S. (2018). Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop. *Jurnal Universitas Islam Negeri*, Vol. 1. No. 1.

- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kristianto, P. Herbowo dan MF. Shellyana Junaedi. (2013). Peran Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Antara Karakteristik Merek Dengan Loyalitas Merek Produk Cinderamata Dagadu Djokdja. *Jurnal Universitas Atma Jaya, Vol. 5, No.2*.
- Kriyantono, R. (2015). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusuma, Y. B., & Kusumasari, I. R. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Model Bisnis Brick And Mortar Pada Coffe Shop Picnic Melalui Business Model Canvas Dan Teknik Swot Analysis Yanda Bara Kusuma. *Jurnal Bisnis Indonesia, 14(1)*.
- Levy., Weitz. (2007). *Retailing Management Six Edition*. New York: McGraw-Hill International.
- Lintang, D. M., & Sari, D. (2022). Merancang Strategi Brand Marketing (Designing a Brand Marketing Strategy). *Available at SSRN 4238167*.
- Lorensa, B. A., Astuti, M., & Husniati, R. (2020). Kepuasan Konsumen Sunyi House of Coffee and Hope. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 8(3)*, 249-260.
- Marbawani, G., & Hendrastomo, G. (2020). Pemaknaan Nongkrong Bagi Mahasiswa Yogyakarta. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi, 9(1)*, 1-16.
- Morisson, M. (2010). *Hospitality & Travel Marketing*. USA: Delmar Cengage Learning.
- Permana, R. (2022). Semiotika Visual Logo Bumbu Bamboe dan Perannya sebagai Identitas Perusahaan. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora, 8(1)*, 96-103.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pickton, David dan Amanda Broderick. (2001). *Integrated Marketing Communication*. Essex: Pearson Education.
- Piliang, Y. A. (2004). *Dia yang dilihat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Bandung: Jalasutra.
- Plummer, R. (1983). *Life Span Development Psycholog: Personality and Socialization*. New York: Academic Press.
- Prasetyo, S. M., Sanira, H., Ismiyati, D., & Karim, M. S. (2022). Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan. *Bullet: Jurnal Multidisiplin Ilmu, 1(06)*, 1006-1009.
- Priambada, S. (2017, November). Potensi Media Sosial Bagi Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Malang Raya. In *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia (Vol. 2, Pp. 239-244)*.

- Putra, A. A., Santosa, A., & Nilasari, P. F. (2019). Kajian Perbandingan Kenyamanan Ruang Desain Interior Kafe yang Instagramable di Surabaya (Studi Kasus: Carpentier Kitchen dan Threelogy Coffee). *Intra*, 7(2), 933-941.
- Rachmadani, A., Rizqi, M., & Pratiwi, N. M. I. (2023, July). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Pada Pembentukan Brand Image Kafe Niac. In *Semakom: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi* (Vol. 1, No. 2, pp. 148-153).
- Rahayu, A., & Yuni, I. (2022). Dampak Sosial Distancing Pada Area Makan: Studi Kasus: Kafe Di Bogor. *Jurnal Int'design*, 1(1), 41-56.
- Rianto, Y. P. A. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Merek Anywaypada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(2), 119-129.
- Rizkiani, N., Arisman, A., & Lestari, S. P. (2022). Influence Of Branding And Location On RPM Shop Purchase Decision. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 2(3), 961-972.
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan media sosial Instagram Haloa Cafe sebagai komunikasi pemasaran online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177-190.
- Rizqiawan, H., & Novianto, I. (2023). Persepsi Pelanggan Pada Aspek Atmosfer Bisnis Kafe Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(1), 628-652.
- Sabnur, A. I., Putri, A. A. R., Salsabila, N., Angraeni, V., & Sabri, F. (2023). Proses Produksi Dan Pemasaran Kuliner Kimbab Untuk Penggemar Kpop Dan K-Drama. *Jurnal Abditani*, 6(1), 85-90.
- Saeputra, M. Y., & Hidayatullah, D. S. (2016). Analisis Model Bisnis pada Kafe Fruitea Holic dengan Pendekatan Business Model Canvas. *eProceedings of Management*, 3(3).
- Sawitri, I. G. A. T. D., & Rahanatha, G. B. (2019). *Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soefijanto, Totok Amin., Idris., Ika Karlina. (2012). *Integrated Marketing Communications: Komunikasi Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sukendro, G. G., & Pandrianto, N. (2019). Diagnosa Komunikasi Brand Activation Dan Media Digital Atas Eksistensi Brand Studio Rekaman Lokananta. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 92-107.
- Sulistiyawati, A. A. D., & Sadikin, M. (2021). Penerapan Algoritma K-Medoids Untuk Menentukan Segmentasi Pelanggan. *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*, 10(3), 516-526.
- Suryani, C. D., & Kristiyani, D. N. (2021). Gaya Hidup Baru Kaum Muda Gemar Mengunjungi Coffee Shop (Studi Fenomenologi Pada Anak Muda Pengunjung Coffee Shop di Kota Salatiga). *Precious: Public Relations Journal*, 1(2). 177-201.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen Pemasaran. *Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.*
- Tanara, Cindy, Diana Thamrin, and Linggajaya Suryanata. "Implementasi Konsep Regeneration dalam Perancangan Interior Floral Community and Eco Tourism Centre." *Intra 7.2* (2019): 907-915.
- Utami, C. W. (2006). Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel. Moder). Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, N., (2023). Penerapan Manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating Dan Controlling*) Pada Usaha Dawet Semar Di Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2(2), 36-48.
- Wijaya, 2013. Penyusunan dan Implementasi Strategi Branding Produk Kuliner dalam Membentuk Brand Knowledge sebagai Oleh-Oleh Khas Kabupaten Madiun. Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Yanto, H. (2022). Sistem Informasi Administrasi Café & Resto Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 116-121.