

## DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.

<http://eprints.umpo.ac.id/12313/8/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>

Adiwiastara, M. F., Muhajir, H., & Supriadi, D. (2020). Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website. *EVOLUSI: Jurnal Sains dan Manajemen*. 8(2).

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/evolusi/article/view/8942/4492>

Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*. 5(2), 146-150.

<https://journal.ummat.ac.id/index.php/historis/article/view/3432>

Arisandi, H. (2014). *Buku Pintar Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi Dari Klasik Sampai Modern*. Ircisod. Jakarta.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=936316>

Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media. Pasuruan.

[https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678\\_Buku\\_Komunikasi\\_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fccc6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fccc6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf)

Firsyardana, M. (2019). Motif pengunjung dan perilaku komunikasi di kedai kopi (studi deskriptif kualitatif pada pengunjung kedai kopi bertopi Solo). UNS.

<https://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0215067.pdf>

Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*. 13(2):153–172.

<https://doi.org/10.25105/dim.v13i2.1785>

Imamah, N. (2018). Perilaku komunikasi konsumen Coffee Toffee Jatim Expo Surabaya. UIN Sunan Ampel Surabaya.

[http://digilib.uinsa.ac.id/26396/1/Nia%20Dian%20Rofi%20Nor%20Imamah\\_B76214047.pdf](http://digilib.uinsa.ac.id/26396/1/Nia%20Dian%20Rofi%20Nor%20Imamah_B76214047.pdf)

Juliani. (2020). Korelasi Komunikasi Pemasaran Dengan Kepuasan Konsumen Yens Delight Resto Di Samarinda. 8(2). [http://ejournal.ilkom.fisip-](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/11/jurnal%20online%20(11-30-20-02-48-49).pdf)

[unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/11/jurnal%20online%20\(11-30-20-02-48-49\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/11/jurnal%20online%20(11-30-20-02-48-49).pdf)

Kotler Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. PT.Prenhallindo. Jakarta.

Kotler, and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey. Pearson Pretice Hall, Inc.

Krismanto, R. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Pekanbaru Dalam Menarik Minat Pelanggan. Universitas Islam Riau.

<https://repository.uir.ac.id/6995/1/159110158.pdf>

Lovelock C. dan W. Jochen. (2011). *Service Marketing*. Pearson. New Jersey USA.

<https://slims.bakrie.ac.id/repository/5140d5fab16f97a16aa955ed13c1680b.pdf>

f

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba empat.

Lusiani, R. (2021). *Coffee Shop Menjamur di Kota Semarang, Tentrem Coffee*

*Week Jadi Ajang Barista Berkumpul* Artikel ini telah tayang di

TribunJateng.com dengan judul *Coffee Shop Menjamur di Kota Semarang,*

*Tentrem Coffee Week Jadi Ajang Barista Berkumpul*. Tribun Jateng.

[https://jateng.tribunnews.com/2021/03/12/coffe-shop-menjamur-di-kota-](https://jateng.tribunnews.com/2021/03/12/coffe-shop-menjamur-di-kota-semarang-tentrem-coffe-week-jadi-ajang-barista-berkumpul)

[semarang-tentrem-coffe-week-jadi-ajang-barista-berkumpul](https://jateng.tribunnews.com/2021/03/12/coffe-shop-menjamur-di-kota-semarang-tentrem-coffe-week-jadi-ajang-barista-berkumpul)

Mahmudan, A. (2022). *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021?*

DataIndonesia.id.[https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-konsumsi-](https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021)

[kopi-indonesia-pada-20202021](https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021).

Nararya, A. (2020). *Disukai Semua Kalangan, Pasar Kopi Menyasar Semua Usia*.

[https://ekbis.sindonews.com/read/112928/39/disukai-semua-kalangan-pasar-](https://ekbis.sindonews.com/read/112928/39/disukai-semua-kalangan-pasar-kopi-menyasar-semua-usia-1595642842)

[kopi-menyasar-semua-usia-1595642842](https://ekbis.sindonews.com/read/112928/39/disukai-semua-kalangan-pasar-kopi-menyasar-semua-usia-1595642842)

Purwanto, H. (2020). *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap*

*Kepuasan Konsumen*. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1),

65-74.

<https://www.ejournal.uby.ac.id/index.php/ekobis/article/view/319/129>

Ramadhanty, V., Putri, D. J. U., & Azzahra, F. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk*

*Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Roti Bakar Di*

Pamulang. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*,  
7(2): 68–79.

<https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/4406/2325>

Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 7(2): 7–8.

<https://scholar.archive.org/work/q5maxe5tlveodbm7tkvt2uub7u/access/wayback/https://ojs.ekonomi-unikris.ac.id/index.php/JMBK/article/download/286/pdf>

Salbiyah. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan *Word Of Mouth Communication* Terhadap Tingkat Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Business Law Binus*. 7(2): 33–48.

<https://www.jurnalkommas.com/view.php?nama=JURNAL%20D0216084.pdf>

Samoggia, A., Del Prete, M., & Argenti, C. (2020). *Functional Needs, Emotions, and Perceptions of Coffee Consumers and Non-Consumers. Sustainability*, 12(14), 5694. <https://doi.org/10.3390/su12145694>.

Seric, M., Ozretic-Dosen, D., & Skare, V. (2019). *How can perceived consistency in marketing communications influence customer-brand relationship outcomes. European Management Journal*. 1-9.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0263237319301057>

Soendari, T. (2017). Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif.

Sugiyono, S. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). CV Alfabeta.

- Susilowati. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Dalam Bisnis Online. *Media Manajemen Jasa*. 10(2): 28–36. <https://doi.org/10.52447/mmj.v10i2.6620>
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Anastasia Diana. 2015. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*, edisi ke-1, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. 2015. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Widodo, A. (2014). *Analisis Preferensi Pengunjung Kedai Kopi Terhadap Menu Kedai Kopi di Kota Semarang (Studi kasus: 4 kedai kopi di Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro. [http://eprints.undip.ac.id/43631/1/16\\_WIDODO.pdf](http://eprints.undip.ac.id/43631/1/16_WIDODO.pdf)
- Williams, P., & Naumann, E. (2011). *Customer satisfaction and business performance: a firm-level analysis*. *Journal of Services Marketing*. 25(1): 20–32. <https://doi.org/10.1108/08876041111107032>
- Wono, H. Y., Angela, M., & Reinald, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen CV Saga Selaras Pratama. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*. 8(1): 51. <https://doi.org/10.12928/channel.v8i1.15119>

Yuliandri, M. (2021). Sejarah Singkat Masuknya Kopi Ke Indonesia. Otten Coffee.

<https://ottencoffee.co.id/majalah/sejarah-singkat-masuknya-kopi-ke-indonesia>

