

DAFTAR PUSTAKA

- Angelyn, A. &. (2021). The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision with Brand Awareness as Mediation on Haroo Table. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 16-24.
- Bungin , B. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Terpadu : Implementasi Untuk UMKM. *Jurnal NeO-Bis*, Vol 8, No 2.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Drs. Zainal Arifin, M. (2017). *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fadillah, A. S. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada CV Frinsa Agrolestari). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1-14.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- George E. Belch, M. A. (2005). *Advertising And Promotion*. New York: McGraw Hill.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Hikmat, M. M. (2011). *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P. a. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education,Inc.
- Kotler, P., & Amstrong. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kurniawan, M. S. (2021). Point Coffee's Digital Communication Strategies through Post Feeds Instagram. *International Journal of Social Science and Business*, 5(4).

- Mirza, M. &. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Asuransi Jiwa Bumiputera 1912 Cabang Banda Aceh dalam Menarik Minat Nasabah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 1-14.
- MOH, S. R. (2018). Komunikasi Pemasaran Pada Cokelat Vicco Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao Indonesia.
- Moleong, L. J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhamad, A. A. (2022). The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness and Brand Image to Increase Intention to Buy (Study on Audia Multibrand Muslimwear). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(2).
- Murti, C. T. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Valagro dalam Meningkatkan Penjualan Produk. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tunggaladewi*.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Nugroho, M. C. (2021). The Influence of Instagram on Purchasing Decisions through Brand Awareness (a Study at Hive & Honey Solo). 474-486.
- Renwarin, J. M. (2021). The Increasing of Brand Awareness Toward Social Media Instagram; A Customer Market Survey of Cafe in Indonesia. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1-5.
- Rezki, M. A. (2019). Efektivitas Strategi Promosi Produk Kopi Lokal di Rumah Kopi Ranin. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 38-54.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. CV.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumantara, I. W. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Mangsi Coffee Dalam Memperkenalkan Kopi Arabika Bali Sebagai Produk Unggulan Lokal.

- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran : Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Usman. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Vivi, S. M. (2021). Creativity of Messages on Instagram Content of@ Winngas as a Trigger for Brand Addiction for Their Followers. 105-132.
- Wahyuni, S. &. (2022). Komunikasi Pemasaran Kopi Kiran. *In Bandung Conference Series: Communication Management*, (Vol. 2, No. 1).
- Wardhana, A. (2022). *Brand Marketing : The Art of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

