

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad saifuddin. (2022). "BELI KOPI" MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Penelitian Komunikasi*, 02, 1–8.
- Ani, H. (2020). *Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Barista Roketto Coffee Malang)*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Devito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson Education.
- Galih, S. A. (2021). *Komunikasi Interpersonal Barista dengan Konsumen dalam pelayanan jasa di Niti Samasta Coffe Shop*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mulyana, deddy. (2001). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Pambudi, P. D. O. dan H. (2014). POLA INTERAKSI SIMBOLIK BARISTA. *Pola Interaksi Simbolik Barista*, 2, 1–8.
- Philip, kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallindo.
- Rakhmat, J. (1986). *Teori-teori Komunikasi*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Ranti Sophia, K. (2020). *Analisis Komunikasi Antarpribadi Barista Dan Konsumen dalam menciptakan Kepuasan (Studi Pada barista Coffee Shop Piacevole di Medan)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>