

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. R., & Lubis, E. E. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi pada Event Tupperware Home Party dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT. Riau Cahaya Utami di Kota Pekanbaru)*. Doctoral dissertation, Riau University.
- Alimudin, A., & Yoga, H. (2015). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Kecil Produk Makanan Ringan di Surabaya. Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5 (1).
- Chong, D. (2022). *Relations Of Advertising, Word Of Mouth And Event Marketing To Marketing Management (Literature Review Study)*. *Dinasti International Journal Of Economics, Finance, And Accounting* , 3 (1).
- Edi, F. R. S. (2016). *Teori Wawancara Psikodignostik*. Yogyakarta: Leutika Prio.
- Fardani, N.E. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Mobile Broadband Services Telkomsel Di Kota Bandung Tahun 2014. E- Proceeding Of Management*, 2 (2).
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media (3).
- Fitri, T. S. N., & Lubis, E. E. (2018). *Event Marketing Urban Gigs sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Produk GG Mild di Pekanbaru*. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 5 (2), 1-14.

- Hamzah, R. E., dkk. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen*. *Komunikata* 57, 1 (1), 50-59.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Herdiansyah, H. (2013). *Wawancara Observasi dan Fokus Groups Sebagai Intrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: PT. Rahagrafindo Persada.
- Herlyana, E. (2014). *Fenomena Coffee Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*. *Thaqafiyat: Jurnal Bahasa, Peradaban, dan Informasi Islam*, 13 (1), 187- 204.
- Ilhamdi, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Event Sponsorship*: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing. Global Edition, 14 Edition, Pearson Education*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. UK: Pearson Education.
- Kurniawanti, D., & Hendrawan, B. (2017). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Indonesia Villajaya dalam Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan*. *Journal of Applied Business Administration*, 1 (1), 61-73.
- Lubis, E. E., dkk. (2019). *Event Marketing sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Pemerintah Kabupaten Siak dalam Membentuk Brand Awareness “ Siak the Truly Malay “*. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 4 (2), 260-273.
- Mahmudan, A. (2022, Juni 9). *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021?*. Retrieved 8 September 2023, From <https://dataindonesia.id/agribisnis->

kehutanan/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021.

Miles, M., & Huberman, M. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.

Moleong, Lexy J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mondok, A. (2012). *Event Management Activity In Smes – Do They Need Educated Personel? Does The Supply And Demand Meet In Case Of Event Management Education In Hungary?. European Scientific Journal*. 8 (4).

Muhamad, N. (2023, Juli 6). *Indonesia jadi Produsen Kopi Terbesar Ketiga di Dunia Pada 2022/2023*. Retrieved 8 September 2023, From <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/indonesia-jadi-produsen-kopi-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-20222023>.

Mulawarman, L., dkk. (2023). *Event Marketing sebagai Upaya untuk Memaksimalkan Akuisisi Pelanggan: Studi Kasus Pada Perusahaan E-commerce X*. *Digital Business Journal*, 1 (1), 11-18.

Mulawarman, L., dkk. (2023). *Efektivitas Strategi Event Marketing untuk Keberlanjutan Bisnis E-Commerce*. *Jurnal Pijar*, 1 (2), 159-166.

Ni Matuhzahroh, S. P. M. S., & Prasetyaningrum, S. (2018). *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*. UMM Press, (1).

Portal Informasi Indonesia (2023, Juli 17). *Produksi Kopi Indonesia 2017-2023*. Retrieved 8 September 2023, From <https://indonesia.go.id/mediapublik/detail/2042>.

- Putri, F. S. (2016). *Pengaruh Special Event Kickfest terhadap Pengetahuan Khalayak mengenai Brand Lokal*. Dialektika, 3 (1).
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Sangadji, E.M., & Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai*.
Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Satriya, C. Y. (2014). *Kontribusi Event Marketing terhadap Ekuitas Merek Kota Solo*. Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, 5 (1), 42-53.
- Shaputri, D. A., & Abdurrahman, M. S. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Cafe Coffee di Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Morning Glory Coffee)*. *eProceedings of Management*, 6 (3).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Sukarmin, Y. (2016). *Pemasaran Olahraga melalui Berbagai Event Olahraga*.
- Suku Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Jakarta Utara (2023, September 11). *Data Usaha Café Di Jakarta Utara*. Retrieved 11 September 2023.
- Tjotijono, C. F. (2015). *Perencanaan dan Implementasi Event Marketing PT. ABCD*. Agora, 3 (1), 771-777.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.