DAFTAR PUSTAKA

Amanda, S. M. A. A. I., Setiawan, D., & Trisnawati, L. (2023). Penerapan algoritma apriori dalam menganalisis pola minat beli konsumen di *coffee* shop. *JEKIN-Jurnal Teknik Informatika.

Azizah, Z., Hanafi, A. H., & Vicky, S. F. (2021). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli pelanggan di Kule'a *Coffee* di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis.*

Bastian, D. A. (2014). Analisa pengaruh citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) Ades PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Strategi Pemasaran.

Chasanah, U., & Prihatiningtyas, G. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen di Blanco *Coffee* Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen.

Fauzi, C. B., Mandey, S. L., & Rotinsulu, J. J. (2022). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing di *Coffee* Shop Pulang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.

Febriana, B., & Setyanto, Y. (2019). Strategi komunikasi pemasaran *Coffee* Broker dalam meningkatkan jumlah pelanggan. *Prologia.

Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing strategy analysis kopi arabika specialty (Studi kasus pada CV Frinsa Agrolestari). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi., .

Gama, M. A. (2019). Strategi komunikasi pemasaran kopi tjangkir 13. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Guntarayana, I. (2022). Analisa strategi bisnis pemasaran *coffee* shop. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing management* (3rd ed.). Pearson Higher Ed.

Moleong, L. J. (2004). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.

Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu.* Kencana.

Nisa, R. K., & Hartiningtyas, L. K. (2023). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap minat konsumen pada *Coffee* Shop Warkop Nonik Tulungagung. *Budgeting: Journal of Business, Management and Accounting.

Novanto, A., & Pradana, M. (2021). Studi bauran pemasaran di industri *coffee* shop: Sebuah analisis bibliometrik pada database Scopus. *Seiko: Journal of Management & Business.

Priyono, A., & Ahmadi, D. (2021). Strategi komunikasi marketing public relations Barli *Coffee*. *Jurnal Riset Public Relations.

Putri, A. V., & Ali, D. S. F. (2020). Strategi komunikasi pemasaran terpadu *Coffee* Shop Kopi Tuli. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi.

Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian.* Cipta Media Nusantara.

Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik.

Riyantie, M., Alamsyah, A., & Pranawukir, I. (2021). Strategi komunikasi pemasaran kopi Janji Jiwa di era digital dan era pandemi Covid-19. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi..

Selang, C. A. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.

. Tjiptono, F. (2020). *Service management: Mewujudkan layanan prima.* An