

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, S. (1994). *Marketing Public Relations Upaya Memenangkan Persaingan*. Jakarta: Lembaga Management Feui.
- Auerbach, C. F., & Silverstein, L. B. (2003). *An Introduction to Coding and Analysis Qualitative Data*. New York: New York University Press.
- Angipora, M. P. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Ardianto, E. (2009). *Public Relations Praktis* (edisi pertama) Jakarta: Widya Padjajaran.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2007). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective* (edisi kedelapan). Boston: McGraw-Hill.
- Budiharto. (2008). *Metodologi Penelitian Kesehatan dengan Contoh Bidang Ilmu Kesehatan Gigi*. Jakarta: EGC.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., Broom, G.M. (2005). *Effective Public Relations* (Edisi kedelapan). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. London: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2013). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian kualitatif & desain riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches* (edisi keempat). California: Sage Publications.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: CV ALFABETA.
- Deny, S. (2019). *Pelaku Bisnis Kuliner Didorong Manfaatkan Era Industri 4.0*. Diakses pada 12 Oktober 2020, dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4037401/pelaku-bisnis-kuliner-didorong-manfaatkan-era-industri-40>
- Didit Agus Irwantoko. (2012). Retrieved from Online Shop: <https://www.scribd.com/doc/141079915/Online-Shop>
- Durianto, D. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Febiyan, A. (2015). *Pengertian Instagram dan Keistimewaannya*. Diakses pada 15 Oktober 2020, dari <https://www.dumetdevelopment.com/blog/pengertian-Instagram-dan-keistimewaannya>
- Goldsmith, R.E. (2011). *American Journal of management, Vol 12*. Florida State University.
- Gregory, A. (2010). *Planning and Managing A Public Relations Campaign* (3<sup>rd</sup> ed.). London: Kogan Page Limited.
- Griffin, E. M. (2003). *A First look at Communication Theory*. USA: McGraw-Hill.
- Haenlein, M., & Kaplan, A. M. (2010). Users of the world, unite! The challenge and opportunities of social media. *Journal of Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Hamidi. (2005). *Metode penelitian kualitatif: aplikasi praktis pembuatan proposal dan laporan penelitian*. Malang: UMM PRESS.
- Helaluddin, H. W. (2019). *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Hollebeek, L. D. (2011). Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus. *Journal of Marketing Management*, 27(7-8), 785-807.

- Jefkins, F. (1995). *Periklanan* (edisi ke 3). Jakarta: Erlangga.
- Kaplan, A. M., & Haenlein. M. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. New York: Bussiness Press.
- Kasali, R. (1994). *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasi di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kezia, C. N. (2020). *Kegiatan Marketing Public Relations Radio Gen 98.7 FM Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pendengar*. (Repository Universitas Pelita Harapan, 2020). Diakses dari <http://repository.uph.edu/6749/>
- Kompas. (2017). *Nongkrong di "Dua Coffee", Kedai Milik Kakak Raisa*. Diakses pada 18 Oktober 2020, dari <https://travel.kompas.com/read/2017/05/24/180900527/nongkrong.di.dua.coffee.kedai.milik.kakak.raisa?page=all>
- Kompas. (2018). *Juni 2018, Pengguna Aktif Instagram Tembus 1 Miliar*. Diakses pada 18 Oktober 2020, dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/06/21/10280037/juni-2018-pengguna-aktif-instagram-tembus-1-miliar>
- Kompasiana. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Penyalur Kreatifitas*. Diakses pada 9 November 2020, dari <https://www.kompasiana.com/riskka/5b4b017dab12ae390e415db3/pemanfaatan-instagram-sebagai-media-penyalur-kratifitas-content-creation>
- Kotler, P., & Susanto, A.B. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke 12). (M. Benyamin, Terjemahan). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (edisi ketiga belas). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (13<sup>th</sup> ed.). United States of America: Pearson.

- Kotler, P & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke 12). Jakarta: Erlangga.
- Kumparan. (2020). *Riset: 64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet*. Diakses pada 13 Oktober 2020, dari <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp/full>
- Kusumastuti, F. (2002). *Dasar-Dasar HUMAS*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Lubis, A. Y. (2004). *Filsafat Ilmu dan Metodologi Posmodernis*. Bogor: AkaDemia.
- Mahajan (2017). Incorporating 11P's Of Service Marketing Mix And Its Impact On The Development Of Technical Education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 20(2), 7-9.
- Martin, P. Y., & Turner, B. A. (1986). Grounded theory and organizational research. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 22(2), 141.
- Miles, J. G. (2014). *Instagram Power Build Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. New York: McGraw-Hill.
- Moleong, L. J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Morissan. (2015). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. New Delhi: Sage Publications.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2013). *Komunikasi efektif "Suatu Pendekatan Lintas Budaya"*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2004). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 3.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Nurjaman, K., & Umam. (2012). *Komunikasi dan Public Relation Panduan Untuk Mahasiswa, Birokrat dan Praktik Bisnis*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Poerwandari, E. K. (2009). *Pendekatan Kualitatif* (edisi ke 3) Depok: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi Fakultas Psikologi UI.
- Prastowo, A. (2010). *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: DIVA Press.
- Putro, S. W., Samuel, H., Karina, R., & Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 144.
- Kezia, C. N. (2020). *Kegiatan Marketing Public Relations Radio Gen 98.7 FM Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pendengar*. (Repository Universitas Pelita Harapan, 2020). Diakses dari <http://repository.uph.edu/6749/>
- Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya*. Repository UIN Malang, 2020). Diakses dari <http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>
- Rangkuti, F. (2004). *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Riset Pemasaran* (edisi kedua belas). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Setiawan, S. R. D. (2018). *Gaya Hidup Masyarakat Dorong Geliat Industri Waralaba dan Kafe*. Diakses pada 12 Oktober 2020, dari <https://pemilu.kompas.com/read/2018/09/27/160253626/gaya-hidup-masyarakat-dorong-geliat-industri-waralaba-dan-kafe>
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2004). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga: Jakarta.
- Simamora. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern* (edisi ketiga belas). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sprott, D., Czellar, S., & Spangenberg, E. (2009). The importance of a general measure of brand engagement on market behavior: Development and validation of a scale. *Journal of Marketing Research*, 46(1), 92-104.
- Stake, R. (1995). *The Art of Case Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparno, L. (2011). *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Marketing Public Relations*. Jakarta: PT Indeks.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi* (edisi pertama) Yogyakarta: Media Pressindo.
- Tekwana, P. (2013). *Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru*.

(Repository Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2013).  
Diakses dari  
<http://repository.uin-suska.ac.id/7898/>

Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

West, R. & Turner, L. H. (2007). *Introduction Communication Theory: Analysis and Application* (edisi ke 3). Boston: McGraw Hill.

William Henley (Produser dan Presenter). (2020, April 10). *DUA Coffee Success Story bersama Omar Kairm Prawiranegara*. [Podcast radio program]. Diakses pada 10 November 2020, dari <https://open.spotify.com/show/7dboTIhs467U41g1yKbxzc>

Yin, R. K. (1994). *Case Study Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Yin, R. K. (2002). *Case Study Research: Design and methods* (edisi kedua). Thousand Oaks: Sage Publications.

Yin, R. K. (2006). *Studi Kasus, Desain dan Metode*. Jakarta: Rajawali Press.

Yulianita, N., & Leksono, N. (2011). *Corporate and Marketing Communication*. Bandung: Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi.

Yunus, H. S. (2010). *Metode Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.