

DAFTAR PUSTAKA

- Buchory, H. A. , D. S. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1). Bandung Linda Karya .
- Cutlip, Scott. M. , C. A. H. & Broom. Glen. M. (2009). *Effective Public Relations* (Ed.9). Kencana.
- Debi Eka Putri, A. et. all. (2021). *Brand Marketing* (Vol. 1). Penerbit Widina Bhakti PersadaBandung.
- Jauch, L. , and W. F. G. (2016). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan: Vol. Vol.3.* Erlangga.
- Pudjiastuti, W. (2010). *Special event*. PT. Gramedia.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 1). Alfabeta.
- Kotler, P., and Kevin Lane K. (20116) *A Framework for Marketing Management* (Ed. 6). Global Edition
- Afrilia, A. M. (2018). Digital *Marketing* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen . *Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tidar, Vol.01*, 147–157.
- Almira, S. K. , S. (2014). Implementasi Strategi *Marketing Public Relations* Dalam Pengelolaan Citra Merek. *Communication Spectrum, Vol 4, No.1.* <https://media.neliti.com/media/publications/244508-none-3d72165f.pdf>
- Dawanty, S. (2020, October 29). *Penelitian Kualitatif* . Universitas Raharja.
- Fajarianto, B. , N. L. , & S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada CV. AHASS Sahabat Sejati Motor Tembalang Semarang). *Social and Politic, Jurnal Diponegoro*, 1–12.
- Heriyadi. (2018). *STRATEGI POSITIONING DALAM PERSAINGAN BISNIS (Points Of Difference Dan Points Of Parity)*.
- Rahmat, D. E. S. (2014). Evaluasi *Special event* Periodik Lenmarc Mall 2013. *E-Komunikasi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Vol.2.*
- Rajali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *UIN Antasari Banjarmasin, Vol. 17.*
- Santoso, P. Y. , T. R. (2014). Strategi *Marketing Public Relations* Dalam Melaksanakan *Special event* Program Paket Close User Group (Cug) Pt. Indosat Tbk. *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Vol.14.*

- Siregar, I. N. P. , & E. N. (2018). *Pengaruh Merek Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dvd Player Elecor Pada Pt. Cakrawala Elecorindo Medan. Vol.7.*
- Solikatun, K. D. T. & D. A. (2015). PERILAKU KONSUMSI KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT KONSUMSI: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang. *Analisa Sosiologi, Vol.1*, 60–47.
- Huda, A. N. (2012). *E-Image, Service Quality, Relationship Marketing Effect On Company Reputation And Its Impact On Business Performance On Wedding Organizers In Bogor .*
- Kholik, A. , A. N. R. , & dkk. (2021). *Special event Management : Implementasi Penyelenggaraan Event Di Sektor Sosial, Pendidikan Dan Bisnis. Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, Vol. 1*, 1–10.
- Leliga, F. J. (2013). *Analisa Pengaruh Brand image Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Mediator Pada The Dreamland Luxury Villas And Spa, Bali. Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra, Surabaya.*
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Metodologi Penelitian Kualitatif.*
- Nasution, C. (2019). *Strategi Marketing Public Relations PT. Dua Synergy Communications Dalam Meningkatkan Jumlah Penggunaan Jasa Event Organizer.*
- Pangaribuan, S. , P. P. , & D. T. (2020). The Roles of Sensory Attributes, Functional Benefit, and Brand Ambassador Toward the Brand Loyalty and Repurchase Intention of a Coffee Brand. *Social Science and Business, Vol.4*, 475–481.
- Prihatsanti, U. , S. W. H. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, 26*, 126–136.
- Tresnawati, Yuni. (2015). *Strategi Marketing Public Relations Pada Event Jakcloth 2014. Ilmu Ekonomi Dan Sosial, Vol.4*, 115–124.
- Untari, D. , D. E. F. (2018). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik) . Sekertaris Dan Manajemen, Vol.2.*
- Wijaya, C. , B. w. , & S. H. P. D. (2012). *Pengaruh Program Marketing Public Relations Terhadap Keputusan Berkunjung Di Pantai Pangandaran (Survei Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Destinasi Pariwisata Pantai Pangandaran). 2.*
- Yunaida, E. (2017). *Pengaruh Brand image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa . Manajemen Keuangan, Fakultas*

Ekonomi, UniversitasSamudra, Vol. 2, No.2.

- Abidin, Z. (2015). Kebijakan Fiskal dan Peningkatan Peran Ekonomi UMKM. *Kementrian Keuangan Republik Indonesia*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/kebijakan-fiskal-dan-peningkatan-peran-ekonomi-umkm>
- Bayu, D. J. (2020, April 22). *Survei Kedai Kopi: 35% Warga Jabodetabek Masih Bekerja di Luar Rumah* Artikel ini telah tayang di *Katadata.co.id* dengan judul “*Survei Kedai Kopi: 35% Warga Jabodetabek Masih Bekerja di Luar Rumah*” , <https://katadata.co.id/>
- DPM PTSP, D. P. M. dan P. T. S. P. K. B. (2020, August 7). *Realisasi Investasi*. <https://dpmpptsp.bekasikota.go.id/index.php/laporan/laporan-investasi>
- Ekariana, katadata. com. (2020, November 9). *Tren Bisnis Kedai Kopi 2021: Harga Makin Terjangkau, Kualitas Bersaing*. <https://katadata.co.id/>
- Sugianto, D. (2019, December 12). Hasil Riset: Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun Baca artikel detikfinance, “Hasil Riset: Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3Tahun” <https://finance.detik.com>