

DAFTAR PUSTAKA

Acuan dari buku:

- Angga, A. (2017). *Mempertanyakan Eksistensi Komunikasi Lingkungan di Indonesia*.
- Bungin, B. (2008). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Kencana.
- Cangara, H. H. (2013). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*.
- Chirmardani, Y. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi untuk UMKM*.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Keller, K. dan. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.
- Kotler, P. and K. L. K. (2012). *Marketing Management* (Edisi 14.).
- Kulvisaechana, S. (2001). *The Role of Communication Strategies in Change of Management Proses*. M.Phil in Management Studies, University of Cambrige.
- Manap Solihat, Melly Maulin, O. S. (2015). *Interpersonal Skill*. Rekayasa Sains.
- Mulyana, D. (2007a). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2007b). *Komunikasi Lingkungan*.
- Nugroho, F. Y. (2011). *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen*. 9.
- Onong Uchjana, E. (2011). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*.
- Rismawaty, Desayu Eka Surya, S. J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rekayasa Sains.
- Robert, C. (2010). *Environmental Communication and the Public Sphere*.
- Rogers, S. and. (1987). *Communication Campaign*.
- Sarmiati. (2013). *Metode Pembelajaran*. CV Wacana Prima.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*.
- Sugiono. (2009). *Metode Kualitatif*.
- Sulistyo, T. D. (2020). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Café, Tangerang. *Jurnal Ekbis*, 15.
- Venus, A. (2004). *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengkefektifkan kampanye komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.

Acuan dari jurnal:

- Sulistyo, T. D. (2020). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image

The Bunker Café, Tangerang. *Jurnal Ekbis*, 15.

Acuan dari skripsi:

Marisah, S. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Restoran Bebek Goreng Harissa*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Setiawan, O. P. (2013). *Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Cantik Citra Bandung (Studi Kasus Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Cantik Citra Bandung Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Pengunjung)*.

Sumunar, S. (2013). *Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Maicih Inti Sinergi Bandung Dalam Mempromosikan Produk Maicih Di Kota Bandung Apsari*. Universitas Komputer Indonesia.

Acuan dari Internet:

Profil Instagram Work Coffee Indonesia. (n.d.).

<https://www.instagram.com/workcoffeeindonesia/?hl=en>

Website Work Coffee Indonesia. (n.d.). <http://workcoffee.id/>