DAFTAR PUSTAKA

Ananta Budhi Danurdara, dkk. (2024). *Konsep Komunikasi Pemasaran*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.

Apriandi, R. (2023). *Penerapan Model AIDA dalam Strategi Pemasaran Digital*.

Ardiwijaya, M. V., & Pradhipta, A. Y. (2024). Marketing communication strategy in coffee shop business in Indonesia. *Communicatio: Jurnal Ilmu Komunikasi*. https://doi.org/10.33830/communicatio.v1i2.13802

Armelia, Z. P., & Hendriani, R. (2024). Penerapan content marketing dengan pendekatan AIDA. *Jurnal Agribisnis, 14*(1). https://doi.org/10.32520/agribisnis.v14i1.4113

Ashari, M., Rivai, A. K., & Berutu, M. B. (2024). *Strategi komunikasi pemasaran Tomoro Coffee melalui media sosial TikTok.* Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik, 1*(4), 212–224.*

Aulya, D., & Zinaida, R. S. (2022). *Strategi komunikasi pemasaran Z Coffee Shop Palembang dalam upaya menciptakan brand awareness*. Jurnal Pendidikan dan Konseling *(JPDK), 4*(4), 4659–4666. https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i4.6204

Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Choli, M. (2020*). Penerapan Model AIDA dalam Strategi Pemasaran*. Jurnal Ilmu Komunikasi.

Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.

Hidayat, T. (2021). *Analisis Model AIDA terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.*

Irwansyah, R., dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. PT Widhia Bakti Persada Bandung.

Jannah, Afridatul, M., Satria, D., & Fitri, D. (2023). *Strategi komunikasi pemasaran akun Instagram @Grosirshop_Stufff dalam promosi penjualan, 1*(4), 379–386.

Jannah, M., & Febriana, P. (2024). *Analisis strategi komunikasi pemasaran coffee shop dalam menarik minat konsumen.* Academia Open*, 9*(1). https://doi.org/10.21070/acopen.9.2024.5031

Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kurnia, R. E., Sulaiman, A. I., & Runtiko, A. G. (2025). *Strategi komunikasi pemasaran Society Coffee House Purwokerto melalui media sosial, 6*(2), 1074–1078.

M. Jaelani, & F. Jeka. (2023). *Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pengumpulan data (kualitatif) dalam pendekatan praktis, 7*(3).

Mujahid, & Syahrir Ningki. (2021). *Model AIDA*. Arsy Media.

Pohan, S., Ariska, J., & Lubis, N. A. (2023). *Komunikasi pemasaran kopi sustainable sebagai nilai keunggulan produk.* Algebra: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Sains.

Rosdiana, N. D. S., Poerana, A. F., & Utamidewi, W. (2024). *Strategi komunikasi pemasaran Dali Coffee Factory dalam meningkatkan loyalitas konsumen.* Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial.

Sandi, A. Y., Nursanti, S., & Oxygentri, O. (2024*). Komunikasi pemasaran dalam mempertahankan daya beli konsumen coffee shop*. *Jurnal Komunikasi dan Media Sosial, 4*(3). https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i3.2157

Sari, N., & Putra, R. (2022). Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat beli konsumen.

Shimp, T. A. (2014). *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion* (10th ed.). Cengage Learning.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Utami, B. P., Joni, I. D. A. S., & Pradipta, A. D. (2021). *Strategi komunikasi pemasaran terpadu Seniman Coffee Studio dalam memperkenalkan konsep* 4th wave. *E-Jurnal Medium, 2*(1), 106–113.

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Solusi Menembus Hati Pelanggan.* FEB-UP Press.