

Daftar Pustaka

- Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Dukung Penuh Barista Indonesia dengan Sertifikasi Profesi. <http://www.bekraf.go.id/berita/page/8/bekraf-dukung-penuh-barista-indonesia-dengan-sertifikasi-profesi>. Diakses pada tanggal 13 Agustus 2018
- Baker, Michael J. (2000). Marketing Strategy and Management Third Edition. Publisher: MacMillan Bussiness. Diakses pada 13 Juli 2018.
- Belch, George Edward & Belch, Michael A. 2012. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill/Irwin Publisher. Diakses pada 22 Agustus 2018.
- Clow, Kenneth E. and Donald Baack. (2017). Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications. Sixth Edition. Harlow : Pearson Education Limited.
- Duncan, Tom & Moriarty, Sandra E. 2007. A Communication-Based Marketing Model for Managing Relationships. Journal of Marketing Vol 62, No. 2. Diakses pada 18 Juli 2018.
Dapat diakses di:
https://www.jstor.org/stable/1252157?seq=1#metadata_info_tab_contents
- Fill, Chris and Barbara Jamieson. (2014). Marketing Communication. Edinburgh Bussiness School, Heriot-Watt University, United Kingdom. Diakses pada 7 Juni 2018.
- Gaya Hidup Dorong Industri Kopi Tumbuh. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/15421/Menperin:-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kopi-Tumbuh>. Diakses pada tanggal 20 April 2018.
- Higgs, Bronwyn and Polonsky, Michael Jay. (2007). New Media: Embedding Communications Strategy in Broader Marketing Strategy. Dunedin, New Zealand. Diakses pada tanggal 26 Juni 2018. Diakses pada <http://vuir.vu.edu.au/872/>
- Ilham, Prisgunanto. (2006). Komunikasi Pemasaran, Strategi, dan Taktik. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Industri Kopi Indonesia. <http://www.aeki-aice.org/>. Diakses pada tanggal 20 April 2018.
- Kebijakan Kemenperin Dorong Industri Kopi Lokal. <https://industri.kontan.co.id/news/kebijakan-kemenperin-dorong-industri-kopi-lokal>. Diakses pada tanggal 13 Agustus 2018.
- Kustiari, Reni. Forum Penelitian Agro Ekonomi, (2007). Perkembangan Pasar Kopi Dunia dan Implikasinya Bagi Indonesia. <https://media.neliti.com/media/publications/61957-ID-perkembangan-pasar-kopi-dunia-dan-implik.pdf> . Diakses pada tanggal 5 Juni 2018

- Kotler, Philip and Armstrong, Gary, 2006. Principle of Marketing. 16th Edition. Diakses pada 12 Juni 2018.
- Peningkatan Penggunaan Internet. <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/>. Diakses pada tanggal 10 Agustus 2018
- Percy, Larry. (2008). Strategic Integrated Marketing Communication. Diakses pada 08 Juli 2018.
- Produksi Kopi Nusantara Ketiga Terbesar di Dunia. www.kemenperin.go.id/artikel/6611/Produksi-Kopi-Nusantara-Ketiga-Terbesar-Di-Dunia.%20Diakses%2028%20Agustus%202013. Diakses pada 5 Juni 2018
- Statistik Perkebunan Indonesia: KOPI. <http://ditjenbun.pertanian.go.id>. Diakses pada 5 Juni 2018
- Stapleton, T. & Ali, H. 2007. International marketing: Study Guide for MBA Marketing in a Complex World. Milton Keynes: The Open University. Diakses pada 19 Agustus 2018.
- Dapat diakses di: <https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/30427/10back.pdf?sequence=14>
- Todorova, G. Trakia University. (2015). Marketing Communication Mix. Trakia Journal of Science, Volume 13, Supply 1, page 368-374. Faculty of Economics, Trakia University, Stara Zagora, Bulgaria. Diakses pada 7 Juni 2018.