

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, *Yusuf Zainal*. 2015. *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- A, Shimp, T. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Allison, Michael dan *Jude Kaye*.2005. *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi*. Nirlaba.Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Aldilal. 2016. Analisis Marketing Mix Ice Cream School Dalam Memperkenalkan Produk Di Kota Kendari. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi.*, 1(2). Retrieved from <http://ojs.uho.ac.id/index.php/KOMUNIKASI/article/view/1412>
- Basu *Swasta* dan Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- _____. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Efendy, Onong Uchana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung:Remaja Rosda Karya.
- _____. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,
- Fred. R, David. 2002. *Manajemen Strategi Konsep*,Jakarta: Prenhalindo.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE.
- Gurnelius, S. (2011). *30-minute Sosial Media Marketing*. (McGraw, Ed.). USA: Hill Co.\
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*. Jakarta: PT. Indeks.

-
- .2009 Manajemen Pemasaran. Edisi ke. 13.
Jakarta: Erlangga.
- Koler, Philip; Armstrong, Garry. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara. 2006. Marketing Communication – . Taktik dan Strategi. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).
- Kennedy, John dan Soemanagara, R Dermawan. 2006. Marketing Communication. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Lawrence R. Jauch & William F. Glueck. 1988. Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan. Jakarta: PT. Erlangga.
- Lestari Endah Prapti. 2011. Pemasaran Strategik, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Makhalul Ilmi. 2001. Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah. Yogyakarta: UII Press.
- Mariska Tracy. 2016. Maxx Coffee: Kedai Kopi Asli Indonesia. Diakses pada 15 Maret 2021 pada <https://www.pegipegi.com/travel/maxx-coffee-kedai-kopi-asli-indonesia/>
- Maxx Coffee. 2019. Maxx coffee Story. Diakses pada 22 Maret 2021 pada <https://www.maxx-coffee.com/Story>
- Onong Uchjana Effendy. 1992. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Putra, E. Y. (2017). Personal selling komunikasi pemasaran PT. makassar raya motor kendari dalam penjualan mobil daihatsu. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi.*, 2(1).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran ed. Ketiga. Belas. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Stephanie, K Marrus. 2002. Desain Penelitian Manajemen Strategik. Jakarta: Rajawali Press.

Soemanagara, R. (2006). *Strategic Marketing Communication, Konsep Strategis Dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____.2012 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.Bandung:Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.Bandung:Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

LAMPIRAN

Profil Penulis



Nama : Nur Annisa S. Laruddin
NIM : E021171022
Tempat, Tanggal Lahir : Ujung Pandang, 18 April 1999
Alamat : Toa Daeng III No 12
Nama Ayah : Drs. Samsuddin Laruddin
Nama Ibu : Rosmawati, S. Sos

Riwayat Pendidikan:

1. SD 1 Negeri Lepo-lepo
2. SMP 4 Negeri Kendari
3. SMA Negeri 4 Makassar
4. Universitas Hasanuddin

PEDOMAN PERTANYAAN

A. Wawancara dengan Manager Store dan *Supervisor* PT Maxx Coffee cabang Kota Kendari.

- 1) Kapan PT Maxx Coffee membuka cabang di Kota Kendari?
- 2) Mengapa PT Maxx Coffee Prima membuka cabang di Kota Kendari?
- 3) Bagaimana cara menetapkan harga untuk produk di PT Maxx Coffee?
- 4) Faktor apa kira-kira yang menjadi pertimbangan harga dari PT maxx coffee?
- 5) Strategi apa yang digunakan dalam memasarkan produk-produk PT Maxx Coffee?
- 6) Bagaimana cara meningkatkan penjualan PT. Maxx Coffee di cabang kendari?
- 7) Bagaimana cara perusahaan mengevaluasi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan?
- 8) Apakah visi dan misi dalam kegiatan komunikasi pemasaran PT Maxx Coffee dalam meningkatkan penjualan?
- 9) Dalam menjalankan bisnis pt maxx coffee cabang kendari menemukan kendala dengan strategi dengan sudah dijalankan bertahun?

B. Wawancara dengan Barista PT Maxx Coffee cabang Kota Kendari.

1. Sudah berapa lama anda bekerja di Maxx Coffee Kendari?
2. Bagaimana cara anda melayani konsumen baru di Maxx Coffee Kendari?
3. Bagaimana cara anda melayani pegawai tetap?
4. Hambatan apa yang pernah anda alami dalam aktivitas melayani pelanggan PT Maxx Coffee Kendari.

DOKUMENTASI



Proses Wawancara dengan Informan 1 pada, Kamis 11 Maret 2021



Proses Wawancara dengan Informan 2 pada, Kamis 18 Maret 2021



Proses Wawancara dengan Informan 3 pada, Jumat 26 Maret 2021



Proses Wawancara dengan Informan 4 pada, Senin 5 April 2021



Proses Wawancara dengan Informan 5 pada, Sabtu 10 April 2021