

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Maulid, H., Rahaningsih, N., & Ali, I. (2024). Implementasi Agile Dalam Pengembangan *E-Commerce* Untuk Penjualan Baju Distro: Studi Kasus Victorem Store. Dalam *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 8, Nomor 2).
- Belch George, & Belch Michael. (2021). *George Belch, Michael Belch - ISE Advertising and Promotion_ An Integrated Marketing Communications Perspective*. (Eleventh Edition). McGraw-Hill.
- Belch, M. A., & Belch, G. E. (2015). *Belch: Advertising and Promotion, Sixth Edition Front Matter Preface The Changing World of Advertising and Promotion* (Tenth Edition). McGraw-Hill.
- Boari, Y., Mochamad Ramdan, A., & Sucipto, B. (2024). Analisis Strategi Promosi dan Pelayanan Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata di Indonesia.
- BPS KOTA PALU. (2024). *kota-palu-dalam-angka-2024*. BPS KOTA PALU.
- BPS KOTA PALU. (2025). *kota-palu-dalam-angka-2025*. BPS KOTA PALU.
- Clarence-Smith, W. G. ., & Topik, Steven. (2005a). *The global coffee economy in Africa, Asia and Latin America, 1500-1989*. Cambridge University Press.
- Desma Yunita, L., Tri Handayani, dan, Administrasi Niaga, J., & Negeri Bengkalis, P. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), 14.
- Fauzi, A., Punia, N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar).
- Gunawan, A. (2021). Hubungan Persediaan Dengan Penjualan Pada Laporan Keuangan Koperasi Bukit Muria Jaya Tahun 2021-2022. *Jurnal Pengembangan Bisnis & Manajemen*, Vol.XXIII No.43.
- GoodStats. (2023). *Benarkah masyarakat Indonesia gemar ke kafe?*. Diakses pada 9 Januari 2025, dari <https://data.goodstats.id/statistic/benarkah-masyarakat-indonesia-gemar-ke-kafe-ce1T4>
- Hasbi, I., & Lestari, M. A. (2022). Pengaruh Bauran promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian *Gofood* di Kota Bandung (Vol. 24, Nomor 1). <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato. Dalam *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Nomor 1).
- Ilmiah, J., & Makna, K. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. 8(1). <https://doi.org/10.30659/jikm.8.1.22-38>
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing-Pearson (2017)* (7th edition). Pearson.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2018). *Marketing management* (7th global edition.). Pearson Education Limited.

- Martowinangun, K., Juniati Sri Lestari, D., & Karyadi. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung.
- Maspul, K. A. (2024). Discovering Buraydah's Work from Café (WFC) Dynamics in the Post-COVID-19 Landscape. *Jurnal Price : Ekonomi dan Akuntansi*, 3(01). <https://doi.org/10.54209/Jurnal>
- Mustajab, D., Bauw, A., Rasyid, A., Irawan, A., Muhammad, A., Akbar, M., & Amin, H. (2020). Fenomena Bekerja dari Rumah sebagai Upaya Mencegah Serangan COVID-19 dan Dampaknya terhadap Produktifitas Kerja Working from Home Phenomenon as an Effort to Prevent COVID-19 Attacks and Its Impacts on Work Productivity. *The International Journal of Applied Business Tijab*, Vol 4 Number 1, 14–20.
- Putri, R. S., & Safri, I. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, Vol 1 No 2, 298–320.
- Reken, F., Erdawati, M., Sri Rahayu, Ms., Roky Apriansyah, M., Hendri Herman, M., DrVirna Sulfitri, C., Hermanto, C., Fatmawati, M., Lia Suprihartini, M., Adi Masliardi, M., & Ni Kadek Dessy Hariyanti, M. (2024). Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama). CV. Gita Lentera. www.gitalentera.com
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2012). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (3rd ed.). Alfabeta.
- Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Promosi (*Promotional Mix*) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat (B. Kurniawan & S. Fatimah, Ed.; I). Multi Pustaka Utama.
- Wahyuni. (2019). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa.
- Wibowo, R. M., Alie, A., & Elanda, Y. (2022). Café dan Identitas Sosial Generasi Milineal di Surabaya. *Jurnal ENTITAS SOSIOLOGI*, 11(2), 106. <https://doi.org/10.19184/jes.v11i2.33789>