

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwaluyo, E. (2019, December 17). *Toffin: Nilai Pasar Kedai Kopi di Indonesia Capai Rp 4,8 Triliun*. Marketeers.
- Agus. (2015). *Teknik produksi media audio visual*. Deepublish.
- Al, P. Et. (2019). No Title. *Analisis Segmentasi Pasar Dalam Penggunaan Produk Viefresh Di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya*. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 17(2), 156–161.
- Anindyajati, R., Wibisono, M. R., & Sari, Y. R. (2022). Perkembangan kawasan Tembalang sebagai pusat pendidikan dan ruang kreatif. *Jurnal Riset Kota dan Komunitas*, 4(2), 112–124.
- Ardianto, E. K. L. K. S. (2024). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Asari, A., & Adhicandra, I. (2023). *KOMUNIKASI DIGITAL*.
<https://www.researchgate.net/publication/374912819>
- Aulia D, A. Z. (2025). Coffee Shops as Learning Arenas and Spaces of Student Lifestyle Formation : A Case Study of Hanei Here Coffee in Samarinda City. *DISCOURSE : Indonesian Journal of Social Studies and Education*, 243-252.
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2023). *Kecamatan Tembalang dalam angka 2023*.
<https://semarangkota.bps.go.id>
- Bilal, M., & Achmad, N. (2023). Analysis Of The Effect Of Service Quality, Brand Trust And Perceived Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Paradigma*, 20(2), 232–246.
<https://doi.org/10.33558/paradigma.v20i2.7035>
- DIGITAL 2024 INDONESIA*. (n.d.).
- Fadilla, N. (2023). *Pengumpulan data kualitatif melalui wawancara dan observasi dalam penelitian sosial*. *Jurnal Sositelknologi*, 22(1), 45–55.
- Febriani, A., & Putri, S. A. (2020). Segmentasi Konsumen Berdasarkan Model Recency, Frequency, Monetary dengan Metode K-Means. *JIEMS (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 13(2).
<https://doi.org/10.30813/jiems.v13i2.2274>
- Femi, O. R. D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun *brand awareness*. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3.

- Indonesia, T. (2020, November 12). *Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 Brewing in Indonesia.”* Insight.Toffin.
- Kartika, I. M. (2022). Increasing the *Brand awareness* of Panji Mas Shop with a *Company profile* Video. *K@ta Kita*, 10(2), 185–191. <https://doi.org/10.9744/katakita.10.2.185-191>
- Khorotunniswah, L., Ma’arif, S., & Huda, M. N. (2020). *MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA* (Vol. 10, Issue 2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Putri, R., Setiawan, H., & Lestari, D. (2019). Segmentasi pasar berdasarkan perilaku konsumen generasi milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 150–163.
- Putrihapsari, D. (2020). Studi pustaka sebagai metode dalam penelitian komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 20–30.
- Rianto, Y. (2024). Proses produksi media public relations dalam video *company profile*. *Jurnal Komunikasi Visual Indonesia*, 7(1), 22–30.
- Safitri, D., Nurikhsan, F., Indrianie, W. S., & Indrianie, W. S. (2019). Fenomena Coffe Shop Di Kalangan Konsumen Remaja. *Widya Komunika*, 9(2), 137. <https://doi.org/10.20884/wk.v9i2.1962>
- Sudaryanto, A. (2020). Teknik penyusunan kuesioner dalam penelitian sosial. *Jurnal Penelitian Sosial Humaniora*, 5(2), 77–85.
- Sudibyo, R. Y., & Pribadi, J. D. (2022). PEMBUATAN VIDEO *COMPANY PROFILE* DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI ADOBE PREMIERE PRO SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA LIKA SOUVENIR MALANG. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, 1.
- Vincent, V., & Darmayanti, T. E. (2022). Pengaruh Warna dan Cahaya pada Kafe Roempi, Janji Jiwa dan Kopi Dari Hati di Tanjung Balai Karimun terhadap Manusia. *Jurnal Desain*, 9(3), 426. <https://doi.org/10.30998/jd.v9i3.11996>
- We Are Social, & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Wirawan, T. (2021). *Perancangan Video Company profile Café 89 Degrees Coffee & Roastery* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>

Yusuf, S. (2023). Teknik wawancara dalam penelitian sosial. Dalam Fadilla, N. (2023). *Pengumpulan data kualitatif melalui wawancara dan observasi dalam penelitian sosial*. Jurnal Sosioteknologi, 22(1), 45–55