

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ilham, Prisgunanto. (2006). *Komunikasi Pemasran, Strategi, dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kartajaya, Hermawan., dan Waizly Darwin. (2010). *CONNECT! Surfing New Wave Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kennedy, John., R. Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication –Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Kirk. dan Miller. (1986). *Reliability and Validity in Qualitative Research*. USA: Sage Publication, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller K.L. (2012). *Marketing Management 13rd edition*. New Jersey: Perason Parentice Hall, Inc.
- _____. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- _____. (2004). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Sebelas*. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip., Hermawan Kartajaya. dan Iwan Setiawan. (2010). *Marketing 3.0 From Products to Customers to the Human Spirit*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Moleong, Lexy J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen :Konsep dan Impilikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta :Kencana.
- Purba, Amir. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Pusat Bahasa. (2003). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2003. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Penerbit Alfabeta.
- Swastha, Basu. dan Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- West, Richrsard., Lynn H. Turner. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi edisi ke-3*. New York: McGraw-Hill.
- Stanton, J. William. (1993). *Fundamental of Marketing*. Tokyo: Mc-Graw Hill Kogakusha.
- Yin, Robert K. (1996). *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakrta: PT Raja Grafindo Persada.

Skripsi

- Handoko, Angeline. (2007). Peran Edukasi Pasar terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Pembelian Produk Asuransi Kecelakaan Pribadi (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Bina Nusantara, Angkatan 2003). Universitas Bina Nusantara.
- Nabila, Grisca Sherin. (2014). *Marketing 3.0* dalam Hospitality Industri (Studi Kasus Mobile Marketing Sebagai Penerapan Prinsip *Marketing 3.0* dalam Loyalty Program Le Club Accor). Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Yahya, Ahmad. (2014). Pengaruh Edukasi Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada LGN Shop dan Tantemerry). Universitas Hasanuddin Makassar.
- Yuli, Brinalloy. (2012). Studi Kasus Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pariwisata Pulau Derawan, Sangalaki, dan Maratua dalam Membangun *Positioning* Sebagai Situs Selam Kelas Dunia. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

Jurnal

- Barker, B., dan Boyle C. (2009). Journal of Sponsorship. *The Timeless Power of Storytelling*. 3 (1).
- Handayani, S. B. dan Ida Martini. (2014). Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi. *Model Pemasaran di Era New Wave Marketing*. 36 (21). Diunduh dari <http://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/download/13/13>
- Morling, Salzer M. dan Strannegard, (2004). European Journal of Marketing. *Silence of The Brands*. Vol. 38.
- Prensky, Marc. (2011). MCB University Press. *Digital Native, Digital Immigrant*. 9 (5).

Dokumen Online

- AEKI. Industri Kopi Indonesia. Diunduh dari <http://www.aekiaice.org/page/industri-kopi/id>.
- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. 2014. Perkembangan Pasar Kopi Indonesia. Diunduh dari <http://agro.kemenperin.go.id/media/download/515>.

- Gaeki-ICEA. (2014). Perkembangan & Tantangan Produk Kopi Olahan Indonesia. Diunduh dari <http://agro.kemenperin.go.id/media/download/514>.
- Interpid Learning Solutoions. (2010). Educational Marketing: A New Strategy for Building Customer Loyalty. Diunduh dari <https://cdns3.trainingindustry.com/media/3188458/intrepid%20educationalmarketing.pdf>
- KBQ. Education Based Marketing. Diunduh dari http://www.kentuckybusinessquarterlymagazine.com/app/download/8158664/KBQ_EBM.pdf
- Kusmarni, Yani. STUDI KASUS (John W. Creswell). Diunduh dari http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/JUR._PEND._SEJARAH/196601131990012-YANI_KUSMARNI/Laporan_Studi_Kasus.pdf.
- Soemarno. (2011). Model Pengembangan Kawasan Produk Unggulan Kopi Rakyat. Diunduh dari <http://marno.lecture.ub.ac.id/files/2012/01/MODELPENGEMBANGAN-KAWASAN-KOPI-RAKYAT.docx>
- Fournier, Susan., Lee Lara. (2009). Getting Brand Communities Right. Harvard Business Review. Diunduh dari <http://www.wsuakpsi.com/wp-content/uploads/2015/02/Brand-community-3.pdf>
- The Body Shop. (2007). The Body Shop International-Our History. Diakses dari http://www.thebodyshop.co.uk/content/about-us/aboutus_history.aspx
- _____. The Body Shop Interneational-Our Values and Campaigns. Diunduh dari http://www.thebodyshop.com/content/pdf/global-values_report.pdf
- _____. The Body Shop International-Defend Human Rights. Diakses dari <http://www.thebodyshop.com/commitment/DefendHumanRight.aspx>

Artikel Online

- Akrom, Ngabdulloh. (2014). Mengenal Kopi Spesialti (Specialty Coffee). Diakses dari <http://bincangkopi.com/mengenal-specialty-coffee/>
- Anonim. (2015). Kopi. Accessed from <http://www.indonesiainvestments.com/id/bisnis/komoditas/kopi/item186>
- Anonim. Single Origin Coffee. Diakses dari <http://coffeekopidesign.com/en/17-single-origin-coffee>

- Arief Maulana. (2015). <http://bincangkopi.com/mengenal-gelombang-pergerakan-kopi/>. Accessed from <http://bincangkopi.com/mengenal-gelombang-pergerakan-kopi/>
- Arizona, Nodya. (2012). Indonesia dalam Secangkir Kopi. Diakses dari <http://www.minumkopi.com/indonesia-dalam-secangkir-kopi/>
- Dhana, Kencana. (2016). Berbagi Kisah Kopi Indonesia Melalui Viva Barista. Diakses dari <http://hiburan.metrotvnews.com/read/2016/02/11/482951/berbagi-kisah-kopi-indonesia-melalui-viva-barista>.
- Frey, David. (2003). Education-Based Marketing: How to Make Business Come to You . Accessed from <http://www.frugalmarketing.com/dtb/education-based.shtm.1>
<http://travel.kompas.com/read/2015/03/24/110300027/Menghayati.Kopi.di.Klinik.Kopi>
- Putri, Anindya Legia. (2015). Melalui Viva Barista, Rio Dewanto Perjuangkan Kesejahteraan Petani Kopi. Diakses dari <http://hiburan.metrotvnews.com/read/2015/09/16/431861/melalui-viva-barista-rio-dewanto-perjuangkan-kesejahteraan-petani-kopi>
- Rahman, Rolinda. (2014, Desember 12). Upaya Pepeng Mepromosikan Kopi Indonesia. Accessed from <http://marketeers.com/?post=upaya-pepeng-mepromosikan-kopi-indonesia>
- Roddick, Dame Annita. Our History. Diakses dari http://www.thebodyshop.com/services/aboutus_history.aspx
- Sartono, Frans. (2015, Maret 24). Menghayati Kopi di Klinik Kopi. Diakses dari <http://travel.kompas.com/read/2015/03/24/110300027/Menghayati.Kopi.di.Klinik.Kopi>
- The Infirmary Federal Credit Union. (2004). Diakses dari <http://www.creditunions.com/articles/educommerce-educational-marketing-sets-new-trend-in-marketing-and-sales/>
- Treisna, Mustika. (2015, Agustus 6). Sejarah :Firts, Second, and Third Wave Coffee”. Diakses dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/sejarah-first-second-and-third-wave-coffee/>
- Wahid, Toni. (2013). Quiz: Opini. Diakses dari <http://www.cikopi.com/2013/03/quiz-2/>
- Warren, Micahel. (2015). Why Eduaction-Based Marketing is Going to Amplify Your Sales. Diakses dari <http://info.thepitchexperience.com/blog/why-education-based-marketing-is-going-to-screw-your-sales>

Website

<http://bincangkopi.com/>

<http://klinikkopi.com/>

<http://www.cikopi.com/>

<http://www.thebodyshop.com/index.aspx>

<http://www.xrmblox.co/>

<https://majalah.ottencoffee.co.id/>

Film dan Video

Kurniawan, Budi. (2014). Biji Kopi Indonesia. Jakarta: Perum Produksi Film Negara.

Minsitry of Agriculture Republic of Indonesia. (2012). A Cup of Indonesia – The World’s Premium Coffee. Jakarta: Ministry of Agriculture Republic of Indonesia. Retrieved from
<https://www.youtube.com/watch?v=qiuentaNqTw>.

Phinemo Com. (2015). Klinik Kopi, Life is Too Short to Drink Bad Coffee. Diakses melalui <https://www.youtube.com/watch?v=bZ-r7ko1CT0>.