

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat Rahmat, (2018). *Strategi Pemasaran Brothers Café Dalam Membangun Brand Image*. Medan: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area.
- Sastika, (2018). *Implementasi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pada Hotel Pekan Baru*. Jurnal Strategi Komunikasi Perhotelan, Vol 11.
- Rahmawati Dian, (2012). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jawa Timur: Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional.
- Petrus, (2018). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Medan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara.
- Nurjannah Fitria, (2018). *Citra Merek Serta Keputusan Pembelian Pada Café Warunk Upnormal*. Jurnal Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kota Bandung Warunk Upnormal, Vol 7.
- Gedalia Clara, (2015), *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Loyatis Konsumen*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 3.
- Wijaya Andari, (2017), *Analisis Strategi Dalam Persaingan Café Di Kota Malang*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis.
- Marisah Siti, (2019), *Strategi Komunikasi Dalam Membangun Brand Image Restoran Bebek Goreng*. Surabaya: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Mulinawati, Retnasary, (2020), *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram*. Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial, Vol 4.

Fauziah Yusi, (2019), *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dodol Picnic Dalam Mempertahankan Citra Merek*. Jurnal Ilmu Komunikasi.

Andipate Aripin, (2015), *Perspektif Ilmu Komunikasi*. Khalifah Madiatama.

Effendy, (1990), *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakaya.

Nurhadi, Kurniawan, (2017), *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian- ISSN: 2461-0836- 2017 Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi*.

Crismardani Yustina, (2014), *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jurnal NeO-Bis, Vol 8.

Kurniadi & Hizasalasi, (2017), *Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Diet Kantong Plastik*. Jurnal Ilmiah, Vol 6.

Aprilya Trias, (2017), *Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 5.

Kurniawan Wildan, (2017), *Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi*. Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian. Vol 3

Retnasary Maya, (2020), *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram*. Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial, Vol 4.

Hasri Mustiar, (2017), *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jurnal Ilmu komunikasi, Vol 4.

Kirana Cindy, (2019), *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 9.

Kurnianti Apsari, (2017), *Komunikasi Pemasaran Transportasi Nguberjek*. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, Vol 1.

Suherman, (2017), *Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini*. Jurnal Komunikasi, Vol 9.

Suryani Tatik, (2013), *Perilaku Konsumen Di Era Enternet*. Graha Ilmu.

Aladin Andreas, (2018), *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. IPB Press.

Banjarnahor, (2021), *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.

Parengkuan & Tumbel, (2014), *Analisis Pengaruh Brand Image Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. Vol 2.

Lumba Maria, (2019), *Peran Brand Love Terhadap Brand Loyalty*. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol 7.

Chasun Sita, (2019), *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah.

Afian I & Marpaung M, (2017), *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga*. Jurnal Komunikasi. Vol 2.

Hamidun Alvin, (2018), *Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 61.

Rangkuti Freddy, (2002), *Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek*. Gramedia Pustaka Utama.

Ramayanti F, (2019), *Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis. Vol 6.

Pulukadang M, (2018), *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife*. Jurnal EMBA, Vol 6.

- Syahril D, (2019), *Pengaruh Citra Merek Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Sepeda Motor*.Jurnal Bisnis Corporate.Vol 4.
- Meliana V, (2020), *Pemanfaatan Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Produk Terbaru*.Jurnal Bisnis Dan Komunikasi. Vol 7.
- Mahera Z, (2014), *Pengaruh Internatonal Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*.Jurnal Administrasi. Vol 8.
- Kennedy dan Soemanegara, (2006), *Marketing Communication Taktik dan Strategi*”, Jakarta:PT Buana Populer kelompok Gramedia.
- Rohim, Syaiful. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sutisna, (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fandy Tjiptono, (1997), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI.
- Philip Kotler, (1984) *Manajemen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Arif Annisa R, (2018), *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk*. Vol 6.
- Putra Nandi, (2020), *Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Col'n Brew Melalui Instagram*. Surakarta: Fakultas Komunikasi Dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Syarif Ahmad, (2010), *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada KFC*.Palembang: Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Sujatiko Priyo, (2016), *Pengaruh Afmosfer, Kualitas Produk, Dan Brand Image*. Kediri: Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI.
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana

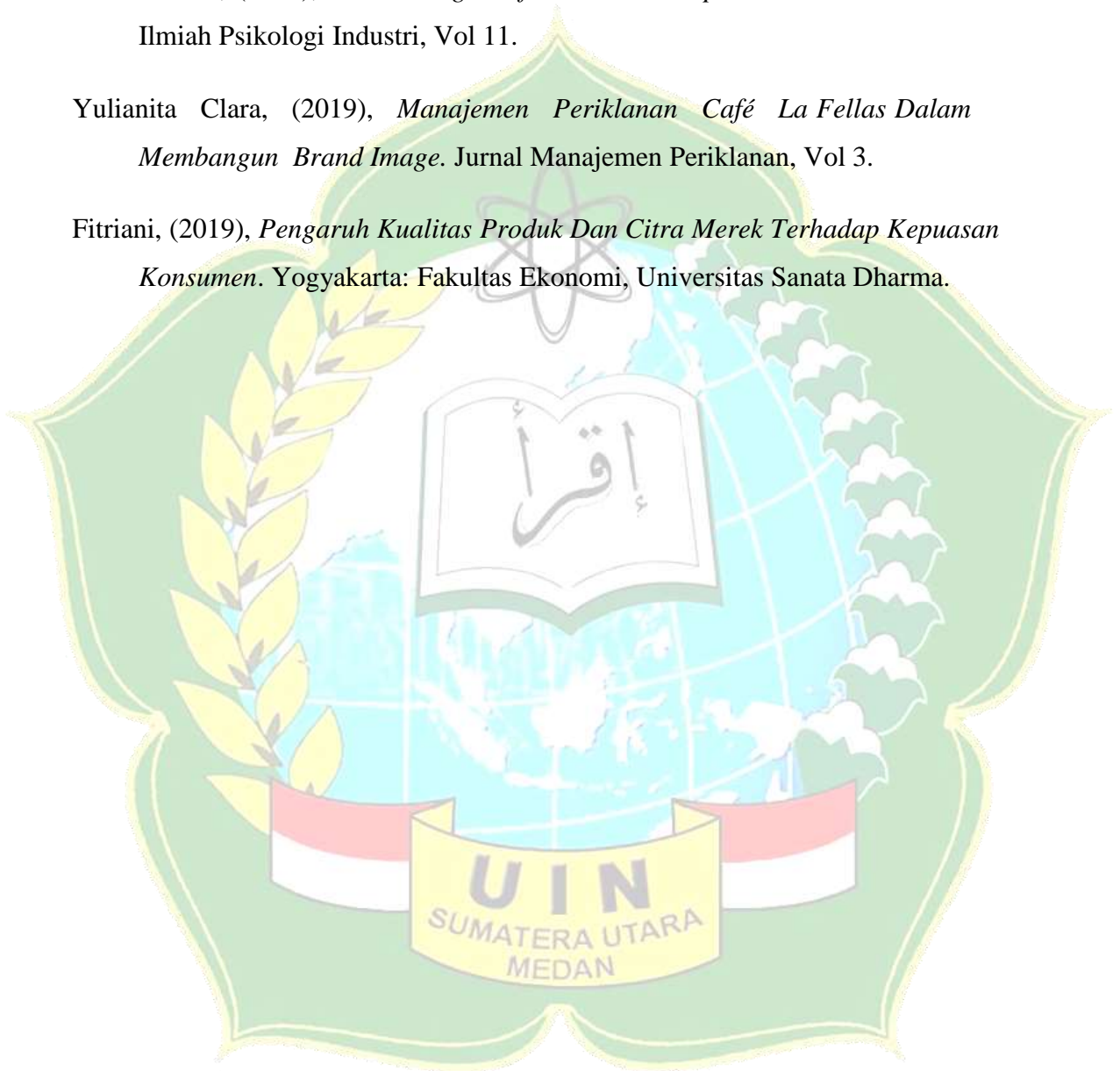
Birowo, M. Antonius. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gintanyali.

Ramadani Marlina, (2015), *Strategi Komunikasi Pemasaran Wow Catering Dalam Membangun Brand Image*. Vol 2.

Novita Dewi, (2009), *Brand Image Café X Cermin Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmiah Psikologi Industri, Vol 11.

Yulianita Clara, (2019), *Manajemen Periklanan Café La Fellas Dalam Membangun Brand Image*. Jurnal Manajemen Periklanan, Vol 3.

Fitriani, (2019), *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma.



LAMPIRAN









Varian Juice

Apel	Rp. 10.000,-
Jeruk	Rp. 10.000,-
Jambu	Rp. 10.000,-
Delima	Rp. 10.000,-
Almond	Rp. 10.000,-
Manis Pemanis	Rp. 10.000,-
Manis Pemanis	Rp. 10.000,-
Manis Pemanis	Rp. 10.000,-
Manis Pemanis	Rp. 10.000,-
Manis Pemanis	Rp. 10.000,-
Manis Pemanis	Rp. 10.000,-
Manis Pemanis	Rp. 10.000,-
Manis Pemanis	Rp. 10.000,-
Manis Pemanis	Rp. 10.000,-

Coffee

Espresso	Rp. 4.000,-
Espresso Single	Rp. 4.000,-
Espresso Double	Rp. 4.000,-
Capuccino Single	Rp. 4.000,-
Capuccino Double	Rp. 4.000,-
Latte Single	Rp. 4.000,-
Latte Double	Rp. 4.000,-
Teh Panas + Es	Rp. 4.000,-
Ice Blended	Rp. 4.000,-



Nook
Angkringan

☎ 0813 6130 0099 📷 angkringanook

Menu Nasi

Udang Paku + Nasi	Rp. 10.000,-
Udang Paku + Nasi	Rp. 10.000,-
Udang Paku + Nasi	Rp. 10.000,-
Udang Paku + Nasi + Nasi	Rp. 10.000,-
Udang Paku	Rp. 10.000,-
Udang Paku	Rp. 10.000,-
Udang Paku	Rp. 10.000,-

Steak & Spagetti

Steak + Spagetti	Rp. 10.000,-
Steak + Spagetti	Rp. 10.000,-
Steak + Spagetti	Rp. 10.000,-
Steak + Spagetti	Rp. 10.000,-
Steak + Spagetti	Rp. 10.000,-
Steak + Spagetti	Rp. 10.000,-
Steak + Spagetti	Rp. 10.000,-

Snack

Udang Paku	Rp. 10.000,-
Udang Paku	Rp. 10.000,-
Udang Paku	Rp. 10.000,-
Udang Paku	Rp. 10.000,-
Udang Paku	Rp. 10.000,-
Udang Paku	Rp. 10.000,-
Udang Paku	Rp. 10.000,-



Nook
Angkringan

☎ 0813 6130 0099 📷 angkringanook

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP BRAND IMAGE CAFE ANGKRINGAN NOOK RANTAU PRAPAT

No	PERTANYAAN UNTUK OWNER	JAWABAN
1.	Siapakah yang menangani dalam kegiatan komunikasi pemasaran café angkringan nook?	Secara langsung pemasaran di angkringan nook ditangani oleh saya sendiri.
2.	Bagaimana upaya anda agar bisnis anda ini semakin berkembang dan bertahan dari persaingan?	Kami mempunyai strategi pemasaran yaitu produc, price, place, dan promotion dari sini kami mulai mengembangkan dan membuat inovasi baru yang berbeda dengan caffe lain agar Angkringan nook ini mempunyai ciri khas sendiri.
3.	Menu apa saja yang digunakan oleh angkringan nook ini? Dan apa menu andalannya?	Disini kami memiliki menu utama yaitu steak dan spagetti, namun kami juga menjual minuman seperti milk shake, kopi, dan juice serta menu makanan yang membuat pelanggan merasa lengkap saat berada di angkringan nook. Dan yang menjadi menu andalan adalah steak menu ini sangat banyak diminati karena rasa yang lezat yang membuat pelanggan tertarik.
4.	Media apa saja yang digunakan angkringan nook terhadap brand	Kami cuman mennggunakan media instagram untuk memperkenalkan

	image di rantau prapat?	produk-produk kami.
5.	Apakah pengunjung puas dengan pelayanan yang ditawarkan oleh angkringan nook ini?	Yang saya liat saat ini respon dari pelanggan sangat la baik karena, dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pelanggan yang ada saat pandemi sekarang.
6.	Strategi pemasaran atau promosi apa yang dilakukan angkringan nook terhadap brand image di rantau prapat?	Disini kami memakai strategi pemasaran melalui media yaitu media instagram, dengan adanya media ini semakin berkembang pesatnya terjual produk angkringan nook karena banyaknya pelanggan yang mengetahui angkringan nook.
7.	Bagaimana perkembangan usaha anda hingga sekarang?	Alhamdulillah, perkembangan dari angkringan nook mengalami perkembangan yang stabil sehingga keuangan pun berada di keadaan stabil.
8.	Apa harapan yang anda inginkan terhadap bisnis yang anda jalani sekarang?	Saya berharap agar angkringan nook bisa buka di setiap daerah dan menjadi Caffe terkenal yang ada di labuhan batu.
9.	Apakah jumlah pengunjung semakin meningkat setiap bulannya?	Dari tahun 2020 sebelum covid selalu meningkat karena pelanggan masih penasaran dengan angkringan nook namum saat adanya pandemi mulai

		turun namun saat ini sudah stabil dan mulai ada peningkatan.
10.	Apakah yang menjadi kekuatan angkringan nook ini menurut anda?	Kekuatannya adalah kami memiliki desain tempat yang berbeda dengan cafe yang lain dan kami sangat mementingkan kualitas angkringan nook.

No.	PERTANYAAN UNTUK PEGAWAI	JAWABAN
1.	Apakah pelanggan puas dengan menu yang ditawarkan oleh angkringan nook ini?	Ya pelanggan sangat puas karena angkringan nook selalu ingin menampilkan menu-menu baru yang sesuai dengan lidah dan keinginan pelanggan.
2.	Apakah konsumen dan pelanggan pernah complain mengenai menu yang ditawarkan di angkringan nook ini?	Pernah waktu itu pelanggan komen karena tidak sampainya pesanan mereka karena ramainya pelanggan yang hadir membuat kami menjadi kewalahan dan bingung, dan kami langsung mempercepat pengantaran menu ke pelanggan dan meminta maaf terlebih dahulu.
3.	Apakah menurut anda menu special coffee angkringan nook adalah menu yang paling banyak	Kalau dari segi makanan steak dan spaghetti yang menjadi menu andalan kami sangatlah menjadi menu favorite

	diminati oleh pelanggan? Apakah menu itu?	para pelanggan. Kalau dari segi minuman pelanggan lebih sering memesan milk shake dan juice minuman yang simple dan selalu digemari pelanggan.
4.	Menurut anda apakah menu dan pelayanan yang anda berikan kepada pelanggan sudah maksimal?	Kami sangat la mementingkan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan karena ini juga menjadi salah satu visi-misi kami.
5.	Apakah pelanggan pernah memberikan kritik dan saran kepada anda mengenai fasilitas pada angkringan nook ini?	Pernah, dan kami juga membuka kritik dan saran bagi pengunjung sebagai penilaian kinerja kami selama ada disana, dan untuk lebih meningkatkan kinerja para pegawai.

No.	PERTANYAAN UNTUK PENGUNJUNG	JAWABAN
1.	Seberapa sering dan sudah berapa kali anda mengunjungi angkringan nook?	Sering sekali saya ke angkringan untuk berkumpul dengan krabat-krabat saya, saya sudah 7 kali main di angkringan nook.
2.	Dari mana anda mengetahui tentang keberadaan angkringan nook ini?	Saya mengetahui mengenai angkringan nook yaitu dari instagram teman-teman saya, dari seni desain saya tertarik melihat keunikannya dari situ la saya

		main ke angkringan nook.
3.	Apakah yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi angkringan nook?	Saya sangat tertarik dengan angkringan nook, awalnya saya datang itu tahun 2021, saya tertarik dengan spots photo dan yang jelaskan ingin mencoba menu yang ditawarkan oleh angkringan nook.
4.	Dengan siapa biasanya anda datang ke angkringan nook?	Saya sering datang angkringan nook dengan teman-teman saya, kami sering kemari hanya sekedar membuang luang waktu untuk saling bercerita.
5.	Bagaimana pendapat anda dengan menu dan pelayanan yang diberikan oleh angkringan nook?	Kalau menurut saya karyawan yang ada di angkringan nook memberi pelayanan yang terbaik sih karena saat kita memesan pesanan kita itu diantar sehingga membuat kenyamanan bagi pelanggan tidak kebanyakan caffee lain yang membuat pelanggannya menunggu pesanan mereka di kasir.
6.	Bagaimana menurut anda produk yang ditawarkan oleh angkringan nook?	Produk mereka adalah produk yang terbaik dari segi makanan, minuman, dan tempat suasanya, menurut saya pemilik sangatlah mementingkan kualitas untuk membangun angkringan nook.
7.	Bagaimana menurut anda harga yang ditawarkan oleh angkringan nook apakah sudah sesuai?	Menurut saya harga yang ditawarkan angkringan nook sangat standart karena sesuai dengan suasana empat yang

		nyaman dan spots photo yang bagus.
8.	Apakah anda memiliki saran terhadap angkringan nook?	Saran dari saya ya angkringan nook tetap mempertahankan kualitas pelayanan, menu, dan tempat mereka dan semoga bisa buka cabang di beberapa daerah di labuhan batu.

