

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Alexander, J. A. P., 2015, *Perspectives on Place: Theory and Practice in Landscape Photography*, London : Bloomsbury Publishing..

Buchari Alma, 2006 halaman 179, *Definisi Promosi*. Bandung : Alfabeta

Simamora, Henry, 2001 halaman 754. *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, Jilid Dua, cetakan Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Adi Kusrianto. (2007). Hlm 3 Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andy Offset

Antony Mayfield, 2008, *Social Media*, United Kingdom.

William H. Ukers, 2012, *all about coffee*: Adams Media

Ivon Flament, Yvonne Bessière-Thomas, 1987 *Coffee Flavor Chemistry*, England: British Library

B. Internet

<http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-promosi-definisi-tujuan.html>

(diakses pada tanggal 22 Agustus 2016, pukul 21:24 WIB)

<https://prezi.com/vddmcub-ss/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/>

(diakses pada tanggal 22 Agustus 2016, pukul 22:24 WIB)

<https://majalah.ottencoffee.co.id/jenis-jenis-kopi-nusantara/>

(diakses pada tanggal 18 Agustus 2016, pukul 12.00 WIB)

<http://m.tempo.co/read/news/2012/11/18/108442396/Kopi-Indonesia-6-Ini-Kopi-Premium-Kita>

(diakses pada tanggal 18 agustus 2016, pukul 12.30)

<http://senirupa-unnes.com/kegiatan/pameran-media-promosi-kopi-tarik-ungaran/>

(diakses pada tanggal 30 agustus 2016, pukul 16.34 WIB)

