

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, G. M., & Millianyani, H. (2015). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SUGAR TRIBE. *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3*.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dahmiri, Indrawijaya, S., Fatricia, R. S., & Yasmin, A. (2018). Batik Jambi Promotion Based on Social Media in Asean Economics Community.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung. (2018). *Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung*. Retrieved from disbudpar.bandung.go.id.
- Fauzi, R., & Destiwati, R. (2019). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Contrast Coffee Bandung.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan Cetakan Kedua*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2016). *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia*. Retrieved from kemenparekraf.go.id.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Mileva, L., & DH, A. F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 58 No. 1*.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi Edisi 2*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurgayatri, A. R. (2016). Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Online Promotion Effect on Social Media Consumer Buying Decisions Brand Elmeira.
- Paucha, M., & Sastika, W. (2018). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BELWISH CAFE (STUDI PADA PELANGGAN BELWISH CAFE BANDUNG TAHUN 2017).
- Pergikuliner.com. (2019, April 13). *Kafe dan Tren Nongkrong Anak Muda*. Retrieved from pergikuliner.com: pergikuliner.com
- Reza, & Rita. (2019). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CONTRAST COFFEE BANDUNG.
- Rochmat, P. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Fadilatama.
- Sarwono, J., & Salim, H. N. (2017). *Prosedur-Prosedur Populer Statistik untuk Analisis Data Riset Skripsi*. Yogyakarta: GAVA MEDIA.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan. (2014). *Definisi Perilaku Konsumen, Buku Perilaku Konsumen, Edisi Kedua*. Penerbit (GI, Ghaila Indonesia).
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta ed 3: Andi.
- Tuten, T. (2015). *Social Media Marketing*. Connecticut: Sage Publishing.