

## DAFTAR PUSTAKA

- Annur, M. (2020). *Alasan konsumen membeli kebutuhan secara online*. Databooks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/ragam-alasan-konsumen-pilh-berbelanja-online>
- Ariensandy, P., & Zuliestina, D. . (2019). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Ladyfameshop. *E-Proceeding of Management*.
- Arikunto S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Award, T. B. (2022). *Top Brand Index*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi Kesembilan. In *Seminar Nasional Hasil Penelitian-Stimik Handayani Denpasar* (Issue September).
- Ghozali, I. (2019). *Uji Instrumen Data Kuesioner, Regresi Linear Berganda Tutorial SPSS Lengkap*.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika.
- Hutany, nathalie shiella, Aurelia, A., & Cahyadi, dominica evelyn. (2022). *Strategi Marketing Kopi Kenangan*. <https://binus.ac.id/bandung/creativepreneurship/2022/04/10/strategi-marketing-kopi-kenangan/>
- Imtiaz, R., Kazmi, S. Q. ul A., Amjad, M., & Aziz, A. (2019). The impact of social network marketing on consumer purchase intention in Pakistan: A study on female apparel. *Management Science Letters*, 1093–1104. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.3.015>
- Indonesia, M. M. (2022). *Instagram sebagai Proses Media Komunikasi Pemasaran*. Media Mahasiswa Indonesia. <https://mahasiswaindonesia.id/instagram-sebagai-proses-media-komunikasi-pemasaran/>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. unitomo press.

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. Pearson Prentice Hall
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2019). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Laksana, M. . (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Lavera, A., & Jumhur, H. M. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Baso Aci Akang The Influence Of Social Media Marketing Through Instagram On Buying Interest In Baso Aci Akang*.
- Manzoor, U. ;Sajjad A. B., Hashim, M., & Abdul Sami. (2020). Impact of Social Media Marketing on Consumer's Purchase Intentions: The Mediating role of Customer Trust. *International Journal of Entrepreneurial Research*, 3(2), 41–48. <https://doi.org/10.31580/ijer.v3i2.1386>
- Mileva, L., & Dh, A. F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 190–199.
- Moslehpour, M., Dadvari, A., Nugroho, W., & Do, B.-R. (2020). The dynamic stimulus of social media marketing on purchase intention of Indonesian airline products and services. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(2), 561–583. <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2019-0442>
- Muhdanda, D. A. (2020). *Kopi Kenangan Gondol Gelar 'Brand of The Year' dari World Branding Forum*. Ayocirebon.Com. <https://www.ayocirebon.com/explore/pr-94823159/Kopi-Kenangan-Gondol-Gelar-Brand-of-The-Year-dari-World-Branding-Forum?page=all>
- NapoleonCat.com. (2022). *Instagram users in Indonesia*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/12/>
- Olavia, L. (2019). *Konsumsi Kopi Diproyeksikan Naik 13,9%*. Beritasatu.Com. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/591071/2020-konsumsi-kopi-diproyeksikan-naik-139>
- Olii, M. R. (2020). Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado. *Jurnal Holistik*, 13(4), 2020. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/31554>
- Ovan & Andika Saputra. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*.
- Rana, N. P. . S. E. L. . S. G. P. . K. H. . S. N. . D. B. . & G. A. (2020). *Digital and Social Media Marketing*.
- Saefullah. (2020). *Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi dan Informasi*

*Terhadap Karakter Anak*. BDK Jakarta Kementerian Agama RI.  
<https://bdkjakarta.kemenag.go.id/berita/pengaruh-kemajuan-teknologi-komunikasi-dan-informasi-terhadap-karakter-anak>

- Sanny, Indrawan, B., Kaniawati Dewi, R., & oleh Politeknik Dharma Patria Kebumen, D. (2020). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis) Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017*. 4(1), 78–87. <https://doi.org/10.37339/jurnal>
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*.
- Stellarosi, A., & Trianasari, N. (2020). *SOSIAL MEDIA INSTAGRAM THE EFFECT OF ENDORSEMENT ON PURCHASE INTENTION IN PLEASURE AND AROUSAL MEDIATION ON PURCHASE INTENTION ON FOOD ADVERTISING IN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING PADA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI CHATIME INDONESIA*.
- Usman, A., & Okafor, S. (2019). *Exploring the Relationship Between Social Media and Social Influence* (pp. 83–103). <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7344-9.ch004>
- Wahdiniwaty, R. R. (2019). Model Potensi Industri Kreatif Skala Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Sistem Informasi Geografis Di Kabupaten Bandung Barat Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13, 54–60.
- Wardani, T. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Yam, J. H. (2020). AMBIGUITAS STATISTIKA DESKRIPTIF & STATISTIKA INFERENSIAL. *JURNAL PENELITIAN DAN KARYA ILMIAH*, 20(2), 117–124. <https://doi.org/10.33592/pelita.Vol20.Iss2.664>