

## DAFTAR PUSTAKA

- Alo, L. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bagozzi, R. P. (1978). Marketing as exchange. *Journal of Marketing*, 39(4), 32-39.
- Batjo, Nurdin (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Makassar: Aksara Timur
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Study Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran* (1<sup>st</sup> ed). Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2017). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Edisi 5. London: SAGE Publishing.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. (2021) *Jumlah Cafe berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat, Open Data Jabar*. Tersedia di: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>.
- Dwiyanto, A. (2018). Pengaruh Pelayanan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Memperoleh Pelanggan Baru. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 6(2), 53-64. Tersedia di: Malang: Journal2.um.ac.id
- Fauzi, A. R., & Pradana, B. (2021). Strategi Pemasaran Digital Melalui *Instagram* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 14(2), 207-221. Surakarta: Jurnal.stieaas.ac.id
- Firdaus, R. (2018). Pemasaran Digital Melalui *Instagram* Se sebagai Media Promosi dan Penjualan Online. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, 9(1), 50-60. Batam: Jurnal.polibatam.ac.id
- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.

- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fandany, A.R., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R.R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Haris, M. R. (2020). Pengaruh *Digital marketing* Melalui *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop di Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 189-202. Surabaya: Journal.untag-sby.ac.id
- Hermawan, A. (Komunikasi Pemasaran). 2012. Jakarta: Erlangga
- Humas. (2016, November 12). Google Chrome. Diambil kembali dari Metode Penelitian Kualitatif dengan Jenis Pendekatan Studi Kasus: <http://penalaran-unm.org/metode-penelitian-kualitatif-dengan-jenispendekatan-studi-kasus>
- Katadata. (2018, Januari 9). *Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia*. Jakarta: Databooks.
- Kismono, G. (2011). *Pengantar Bisnis, Edisi Kedua*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kotler, P., & Armstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., Manceau, D., & Hémonnet-Goujot, A. (2018). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kriyantono, Rachmat.2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana\
- Kusumastuti. (2009). *Komunikasi Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Kuswanto, H., & Amin, M. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas dan Niat Pembelian Ulang Pelanggan Baru E-commerce. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 14(1), 18-32. Tersedia di: Malang: Jurnaljam.ub.ac.id
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017) *Marketing Research An Applied Approach*. Harlow England: Pearson
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Netherlands: Sage Publications, Ltd.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.

- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurudin. (2013, November 2). *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Komunikasi*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah.
- Prajurini, D., and Suyogo, D. (2021). *Pengaruh Desain Post Instagram terhadap Minat Pembelian Produk UMKM Kedai Kopi di Kabupaten Sleman*. Adharupha: *Desain Komunikasi Visual Dan Multimedia*, 7(1)
- Pratama, A. I., & Asyhar, R. (2019). Strategi Pemasaran Digital melalui *Instagram* sebagai Media Promosi Produk Kuliner. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 26(2), 91-102. Makassar: [Journal.unismuh.ac.id](http://Journal.unismuh.ac.id)
- Prawisroentono, Suyadi, *Pengantar Bisnis Modern*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002
- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Purba, A., & dkk. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Putra. (2010). *Analisis Strategi Promosi Majalah Cita Cinta*. Institut Pertanian Bogor.
- Putri, S. P. (2013). *Penyesuaian Diri Remaja yang Tinggal di Panti Asuhan (Study Kasus pada 2 Orang Remaja yang Tinggal di Panti Asuhan Wisma Putera Bandung)*. Bandung: [Repository.upi.edu](http://Repository.upi.edu)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: CV Alfabeta.