

DAFTAR PUSTAKA

- Alifia, A. R., & Hatammimi, J. (2024). *Penggunaan Design Thinking dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Digital pada ATM Putra Meubel. 11(5), 5031–5042.*
- Atmoko Dwi, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel.*
- Bristilliani, L. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Mahasiswa. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 5(3), 292–302.
<https://doi.org/10.33503/ecoducation.v6i1.3785>
- Dewi, P. D. R., & Darma, G. S. (2021). Menakar Efektivitas Digital Marketing Via Instagram. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 83.
<https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.3023>
- Ditha P. (2022). Konsumerisme Masyarakat Kontemporer dalam Pemikiran Jean Baudrillard. *Paradigma: Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, Dan Sosial Budaya*, 28(2), 56–68. <https://doi.org/10.33503/paradigma.v28i2.1962>
- Farhan Nur Huda. (2024). Eksistensi Budaya Minum Kopi Pada Generasi Millenial. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7, 3958–3958.
- Fiky B. D. (2023). *Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan.*
- Handayani, S., & Sarwono, S. (2021). Strategi Bisnis dalam Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis.*
- Haryanto, T., & Aziza, S. N. (2021). Pengantar Praktis Pemasaran Digital. *UM Purwokerto Press.*
- Hootsuite. (2023). *Indonesia Digital Report 2023. Retrieved from https://wearesocial.com/digital-2023 Xbank-Indonesia.*
- Indrawati, A. D. (2024). *International Journal of Social Science and Human Research The Influence of Personal Selling and Social Media Marketing on Purchase Behavior Mediated by Brand Awareness , Brand Association , Perceived Quality , and Brand Loyalty at PT . Asuransi Bangun As. 07(10), 7534–7543. https://doi.org/10.47191/ijsshr/v7-i10-23*
- Irena D. V. (2024). *Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital.*

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2010). *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Maya Ariyanti, M. R. H. (2024). The influence of social media marketing, brand awareness, and brand trust on purchase intention. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 862–870. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- NapoleonCat. (2024). *Instagram users in Indonesia - January 2024*. Retrieved from <https://napoleontcat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>
- Nasution. (2001). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Managemen)*. Anggota IKPI, Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Nielsen Indonesia. (2022). *Consumer Coffee Purchasing Trends*.
- Pratiwi, D., Hermawati, A., & Kurniawati, D. (2023). *PENGARUH CONTENT MARKETING, INFLUENCER, DAN FREE ONGKIR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK FASHION PADA TIKTOKSHOP*.
- Rahardjo, M. (2019). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. Jakarta: UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Rangkuti, F. (2016a). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama ; Jakarta.
- Rangkuti, F. (2016b). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sipayung, M. (2021). Konsep Strategi Bisnis: Teori dan Praktik. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 94–99.
<https://doi.org/10.56681/wikuacitya.v1i1.23>
- Walidin, W., Saifullah, & T. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif & grounded theory*.
- Wardhana, A. (2024). *Business Strategu & Policy in The Digital Era*. CV. Eureka Media Aksara.
- Widyaputri, N., Suwu, E. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis pemanfaatan Aplikasi Instagram dalam pemasaran bisnis online shop di Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(2).
- Winarti, C. (2021). *Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. Prosiding Seminar Nasional Bisnis Seri Ke-4*, 1(1), 195-206.
- Wiswata. (2018). Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha). *Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press*.