



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, R. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press.
- Atmaja, J., Susanto, T. T., Rizal, K., & Nurdiansyah, C. (2020). Analisis Pengaruh Daya Tarik Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Berbelanja Di Rumah Oxcart. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2).
- Bergström, T., & Bäckman, L. (2013). *Marketing and PR in Social Media: How The Utilization of Instagram Builds and Maintains Customer Relationships*. Stockholm University.
- Butow, E., Herman, W. ., Liu, S., Robinson, A., & Llton, A. . (2020). *Ultimate Guide to Social Media Marketing*. Entrepreneur Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Gunawan, I. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Bumi Aksara.
- Hochman, N., & Schwartz, R. (2012). Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms. *AAAI Technical Report WS-12-03*, 6–9.
- Indrawan, R., & Poppy Yuniawati. (2016). *Metodologi penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk Manajemen, pembangunan, dan Pendidikan*. PT Refika Aditama.
- Karimkhani, C., Connett, J., Boyers, L., Quest, T., & Dellavalle, R. P. (2014).

- Dermatology on Instagram. *Dermatology Online Journal*, 20(7), 1–6.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2009). *Marketing Communication: Taktik & Strategi* (Cetakan ke). PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kountur, R. (2007). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. PPM.
- Lee, E.-J., & Shin, S. . (2014). When Do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects of Review Quality, Product Type, and Reviewer's Photo. *Computers in Human Behavior*, 31, 356–366.
- Lee, E., JA, L., Moon, J., & Sung, Y. (2015). Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 18(9), 552–556.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>
- M.Arief, A. (2020). *Tertekan Pandemi Covid-19, Utilitas Industri Kopi Olahan Anjlok - Ekonomi Bisnis*.
- Meilinda, N. (2018). Social Media on Campus: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI. *Fenomenologis of Social Media in Society & Media*, 2(1), 53–64.
- Mo, Z., Li, Y., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase

- Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8, 419–424.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Nurfitriani, & Rummyeni. (2016). Pengaruh Social Media Marketing melalui Official Account Line Alfamart terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(2).
- Prisgunanto, I. (2016). *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*. Ghalia Indonesia.
- Ramadhanty, P. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram @kedaikopikulo terhadap Sikap Konsumen*. Universitas Telkom.
- Rifkinwan Baba, Mahludin H.Baruwadi, Y. B. (2018). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KEDAI KOPI D'PHILOCOFFEE DI KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW UTAR*.
- Riyanto, D. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kafe Jokopi Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Ryan, D. (2014). *Understanding Digital Marketing*. Kogan Page Limited.
- Satori, D., & Komariah, A. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi*. Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Supriyono. (2020). *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok* (2 ed.). BPFE Yogyakarta.
- Swastha, B., & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Theresiana, L., & Setyanto, Y. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan Guten Morgen Coffee Lab and Shop untuk Menarik Konsumen. *Prologia*, 2(2), 392–399.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada.
- Wuryono, M. . (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Starbucks Coffee dalam Menarik Konsumen pada Kalangan Remaja di Kota Bogor*. Universitas Sebelas Maret.
- Zhu, F. (2010). Impact of Online Consumer Reviews on Sales : The Moderating Role of Product and Consumer. *Journal of Marketing Research*, 74, 133–148.