

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022, Maret 23). Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022](https://databoks.katadata.co.id/databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022)
- Assael. (2002). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Audia, D. S. (2018). Pengaruh Celebrity Endors Terhadap Minat Pembelian Produk.
- Aurelia Lintang Sari Kurniawati. (2022). Pengaruh Pesan Soft Selling Skincare Terhadap Minat Beli Produk (Survei Pada Followers @itsmybase). 85-94.
- Blakeman, R. (2018). *Integrated Marketing Communication*. New York.
- Dahwilani, D. M. (2019, Desember Selasa). Retrieved from <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- datakata.co.id. (2021, Juni 29). Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia>
- datareportal.com. (n.d.). Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- datareportal.com. (2021, February 11). Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Eckstein, M. (2014, November 6). *Social Media Engagement*. Retrieved from [buffer.com: https://buffer.com/library/social-media-engagement/](https://buffer.com/library/social-media-engagement/)

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, E. L. (2018). *A First Look At Communication Theory*. New York: McGraw-Hill Education.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hendy Suryawijaya, Farid Rusdi. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat). 60-66.
- Jasmin Mardhatilla. (n.d.). Pengaruh Konten Instagram @Senemu.coffee Terhadap Minat Beli Followers-Nya di Caffe Senemu. 112-116.
- Jungjunan, R. (2019, Juni). Retrieved from <https://robbyjungjunan.com/cara-mengaktifkan-fitur-pengingat-waktu-instagram/>
- Jurnal.id. (n.d.). *Pentingnya Emotional Branding untuk Mewujudkan Konsumen yang Loyal*. Retrieved from <https://www.jurnal.id/id/blog/emotional-branding-untuk-konsumen-loyal/>
- Keller, K. (2013). *Strategic Brand Management*. Building, Measuring, And Managing Brand.

- kompas.id. (2020, Maret 3). Retrieved from https://www.kompas.id/baca/adv_post/gandeng-celebrity-chef
- kopikenangan.com. (2020). Retrieved from <https://kopikenangan.com/news/kopikenangan-merambah-ke-industri-makanan-denganmeluncurkan-cerita-roti>
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Edition*. UK: Pearson Education Limited.
- Kriyantono, R. (2020). *Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Primada Media Group.
- Malhotra, N. K. (2016). *Marketing Research ; An Applied Orientation Seventh Edition*. India: Pearson India Education .
- merdeka.com. (2019, Oktober 2). Retrieved from <https://www.merdeka.com/khas/ceo-kopi-kenangan-edward-tirtanata-kopi-berkualitas-tak-harus-mahal.html>
- Miles, J. (2019). *Instagram Power, Second Edition : Build Your Brand and Reach Your Brand With Visual Influence*. USA: McGraw Hill.
- Mutiah, D. (2020, November 12). Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4108845/kopi-soe-bisnis-sampingan-yang-berkembang-jadi-150-kedai-di-indonesia>
- Naufal, R. A. (2015). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Produk Dalam Upaya Meningkatkan Minat Membeli Sepeda Motor Suzuki Di Kota Semarang. *Journal Management*.
- Prabandari, A. I. (2020, Desember 18). Retrieved from Giveaway adalah Promosi untuk Meningkatkan Popularitas Brand, Ketahui Manfaatnya: <https://www.merdeka.com/jateng/giveaway-adalah-promosi-untuk-meningkatkan-popularitas-brand-ketahui-manfaatnya-klm.html>

- Rahayu, F. D. (2021, July 11). Retrieved from <https://pingpoint.co.id/berita/soeffle-croissant-waffle-ala-kopi-soe-dari-croffle-viral/>
- Rayendra, P. (2019, Desember 26). Retrieved from <https://www.tabloidbintang.com/wisata-kuliner/nongkrong/read/141035/kisah-sukses-pendiri-kedai-kopi-janji-jiwa-billy-kurniawan>
- Reza Safitri, Indah Andriani. (2018). *Pengaruh Pesan Instagram Terhadap Minat Beli Sayur Organik*.
- Reza Safitri, Indah Andriani. (2018). Pengaruh Pesan Instagram Terhadap Minat Beli Sayur Organik.
- Riduwan. (2012). *Metode & Teknik Penyusunan Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2013). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian (Untuk Mahasiswa S-1, S-2, dan S-3)*. Bandung: Alfabeta.
- Romansyah. (2015). Pengaruh Iklim Organisasi Sekolah Terhadap Kinerja Mengajar Guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung.
- Ronaldho Rachman Jonni, Puji Hariyanti. (2021). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffee Roastery Yogyakarta. 119-134.
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Satria, A. A. (2017, April 2). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, p. 1.

- Sendari, A. A. (2019, Maret 01). Retrieved from liputan6.com:
<https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>
- solomon, T. L. (2018). *Sosial Media Marketing*. California: SAGE Publications, Inc.
- Sugiyono. (2019). *Mentode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Alfabeta.
- Tempo.co. (2020, Desember 13). Retrieved from
<https://travel.tempo.co/read/1414033/rilis-cerita-roti-kopi-kenangan-merambah-ke-industri-makanan>
- Tom, & Duncan. (2008). *Principles of Advertising and IMC*. Boston: McGraw Hill.
- Tom, D. (2008). *Principles of Advertising and IMC*. Boston: McGraw Hill.
- Tracy L, T., & Michael R, S. (2018). *Social Media Marketing*. California: SAGE Publication, Inc.
- Triyanto, A. (2019). Pengaruh Konten Akun Instagram Berrybenka Terhadap Minat Beli Followers.
- Turnbull, C. F. (2016). *Marketing Communications ; discovery, creation, and conversations*. London: Pearson Education Limited.
- Wonok, P. G., & Loindong, S. (201, September 2). Pengaruh Minat Transksinal, Refernsial, dan Preferensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk Roxy di Quicksilver Mantos. *Jurnal, EMBA*, p. 4.