

References

- Agus, S. (2016). Peran Cokelat sebagai Produk Pangan Derivat Kakao yang Menyehatkan. *Indonesian Journal of Industrial Research*, 6, 23–40.
- Arifin, B., Afrizal, A., Hasnirwan, H., & Rinaldo, R. (n.d.). Isolasi flavonoid dari biji kakao (*Theobroma cacao*). *Jurnal Zarah*, 5(2), 48–51.
- Blythe, J. (2018). *Essentials of Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Chaffey, D., & Chadwick, E. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Chakraborty, A., & Jain, V. (2022). Leveraging digital marketing and integrated marketing communications for brand building in emerging markets. *International Journal of Marketing Studies*, 14(3), 45–58.
- Fransisca, D., R., P. A., & Lestari, N. (2016). Persepsi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk minuman dengan klaim rendah gula. *Jurnal Ilmu Gizi Dan Pangan*, 11(2), 85–94.
- Hasna Wijayati, & Andika Drajat Murdani. (2024). *Metode Pemasaran Digital*. Anak Hebat Indonesia.
- Hermawan, R., D, S. T., & S, S. H. (2020). Efek pemberian niasin terhadap kadar glukosa darah pada tikus Wistar dengan obesitas. *Majalah Kedokteran Bandung*, 43(1), 16–20.
- Judhiastuty Februhartanty. (2016). *Gizi dan Kesehatan Remaja*. Perpustakaan Nasional.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management* (5th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2015). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2017). Social media: The new hybrid element of

the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.

Mugianto R. (2019). Pengaruh persepsi atribut produk sehat terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1).

Muthmainnah. (2020). Efektivitas Media Edutainment Sebagai Strategi Penguatan Program Genre Era Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 101–112.

Oldisan, A., Prasetyo, B., & Nugroho, D. (2025). Integrated brand communication strategy in functional food products. *Journal of Marketing Communication*, 21(1), 1–15.

Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, & Iwan Setiawan. (2018). *Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital*.

Riadhus Sholihin. (2024). *Digital Marketing di Era 6.0*. Anak Hebat Indonesia.

Ryan, D. (2020). *Understanding Digital Marketing* (5th ed.). Kogan Page.

World Health Organization. (2016). *Obesity and Overweight*.

