DAFTAR PUSTAKA

Aaker dan Alexander L. Biel. (2019). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale

Adiputra, I., dkk. (2021). Deskripsi teori antara variabel dalam penelitian. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan.*

Agustinah, R., & Widayanti, A. (2019). Media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen.*

Astuti, R., & Putri, S. (2022). Penggunaan media sosial sebagai referensi utama dalam mencari informasi tentang kedai kopi. *Jurnal Riset Pemasaran.*

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (7th ed.). Pearson Education.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education.

Daulay, M., & Saputra, R. (2019). Strategi pemasaran untuk menarik konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis.*

Fitria, D., & Rahman, A. (2020). Pengaruh kemasan terhadap daya tarik produk. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen.*

Fitria, D., & Rahman, A. (2020). Pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen.*

Genelius, A. (2011). *Social media marketing: Strategi dan implementasi.* Penerbit XYZ.

Gruning, J., & Hunt, T. (2018). Hubungan masyarakat yang efektif dan kredibilitas perusahaan. *Jurnal Komunikasi dan Media.*

Halim, M., & Putri, S. (2024). Pengaruh faktor psikologis terhadap minat beli. *Jurnal Psikologi dan Perilaku Konsumen.*

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing.* Pearson Education.

Mileva, L., & Fauzi, A. (2018). Pemasaran media sosial: Konsep dan implementasi. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen, 5*(2), 15– 25.

Nugroho, A., & Sari, R. (2023). Citra merek dan minat beli: Studi kasus pada produk X. *Jurnal Manajemen Pemasaran.*

Parlindungan, R., & Arisman, M. (2021). *Strategi pemasaran digital di era media sosial.* Penerbit ABC.

Rahman, A. (2022). Komunikasi pemasaran dan pengalaman pelanggan. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen.*

Ryan, D. (2020). Pemasaran digital dan pengukuran efektivitas kampanye. *Jurnal Pemasaran Digital.*

Sahir, M. (2021). Uji heteroskedastisitas dalam analisis regresi. *Jurnal Statistika dan Analisis Data.*

Sanjaya, R. (2023). Pengaruh strategi komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian di kedai kopi. *Jurnal Riset Pemasaran.*

Savitri, R., & Patricia, L. (2020). Minat beli konsumen: Teori dan praktik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*

Supradono, A., & Hanum, S. (2021). Jenis media sosial dan kategorinya. Dalam

R. Parlindungan & M. Arisman (Eds.), *Jurnal Komunikasi dan Media.*

Wasitaningrum, D., & Cahya, R. (2022). Penggunaan media sosial dalam pemasaran. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen.*

Wijaya, A. (2023). Efektivitas social media marketing. *Jurnal Pemasaran dan Komunikasi.*

Wibasuri, A., Tamara, T., & ... (2020). Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee. Prosiding *Seminar*