DAFTAR PUSTAKA

Adiwinata, N. N., dkk. (2021)./Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumsi Kopi di Era Pandemi Covid-19./*Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, *14*(2), 189–202. https://doi.org/10.24156/jikk.2021.14.2.189

Aisyah, S., & Harto, B. (2024). Analisis Customer Journey dalam Meningkatkan Customer Experience Pelanggan di Fore Coffee Shop yang Berbasis Teknologi. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, *3*(3), 971–986. https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i3.3198

Andriany, D., & Arda, M. (2022)./Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks./*Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, *3*(1), 186–197.

Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020)./Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar)./*Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *5*(1), 99–108. http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432

Bahfiarti, T. (2021)./*Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. /Airlangga University Press. /https://books.google.co.id/books?id=5oM8EAAAQBAJ

Dewi, K. (2023)./Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital pada Aplikasi TikTok Studi Kasus Akun TikTok @zaaferindonesia./*Jurnal Penelitian Inovatif*, *3*(2), 507–514. https://doi.org/10.54082/jupin.189

Dihni, V. A. (2022)./*Jumlah Gamers Terbanyak Ketiga di Dunia*.

Dr. Drs. Ismail Nurdin, M. S., & Dra. Sri Hartati, M. S. (2019)./*Metodologi Penelitian Sosial* (S. H. Lutfiah (ed.))./Media Sahabat Cendekia.

Fadillah, R., dkk. (2020)./Analisis Bauran Pemasaran dan Minat Beli Ulang Konsumen Kopi pada Rimbun Espresso & Brew Bar Kota Padang./*JOSETA: Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture*, *2*(1), 61–70. https://doi.org/10.25077/joseta.v2i1.222

Hamud, J., & Mujahidin. (2021)./ *Analisis Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran pada Beberapa Perusahaan di Kota Palopo*. /*8*(5), 7098–7106.

Hana Rengganawati, dkk. (2023)./Strategi Promosi Digital Fore Coffee Dalam Menciptakan Brand Awareness Fore Flagship Store Surabaya./*ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, *9*(1), 165–174. https://doi.org/10.38204/atrabis.v9i1.1454

Kaplan, A. (2015)./Social Media, the Digital Revolution, and the Business of Media./*International Journal on Media Management*, *17*, 197–199. https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1120014

King, B., & Jatiasih, D. I. (2023)./Pengaruh Promosi Instagram Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Burger King Di Jatiasih./*Jurnal Ilmiah M-Progress*, *13*(1), 11–22. https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1021

Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012)./*Principles of Marketing*./Pearson Prentice Hall. https://books.google.co.id/books?id=qYbPtgAACAAJ

Laksono, A. T. (2020)./*Pengaruh E-Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Generasi Z di Yogyakarta* (Vol. 21, Issue 1)./Universitas Islam Indonesia.

Manurung, A.,dkk. (2021)./Metode Riset Akutansi,Investasi Keuangan dan Manajemen. In *Jurnal manajemen*.

P, M. A. C., Achjar, dkk. (2023)./*Metode Penelitian Kualitatif : Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus*./PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=yp7NEAAAQBAJ

Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021)./Types of Communication. *Jenis Jenis Komuinikasi*,/*2*, 45–79. https://doi.org/10.1002/0471715220.ch3

Pramatia, Y., dkk. (2022)./Analisis Loyalitas Konsumen Dalam Mengkonsumsi Es Krim Il Tempo Gelato Di Yogyakarta./*Jurnal Agribisnis*, *24*(2), 288–296. https://doi.org/10.31849/agr.v24i2.8693

Rohmah, Y. M., dkk. (2021)./The impact of viral marketing on consumer's trust and purchasing decision./*IDEAS: Journal of Management & Technology*, *1*(2), 22. https://doi.org/10.33021/ideas.v1i2.3432

Saputra, S. E., dkk. (2022)./Digitalisasi Masjid Era Society 5.0 Menggunakan Teknologi QRIS pada Kas Masjid Al-Muslimin./*WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, *5*(1), 1–23. https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075

Saputri, M. E., Darsana, I. &others. (2023)./*Pengantar Manajemen Pemasaran*. /CV. Intelektual Manifes Media. https://books.google.co.id/books?id=R5XLEAAAQBAJ

Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi./*Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, *1*(1), 1–14. https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art1

Sholikhah, L. M. (2021)./Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Media Sosial Lini Bisnis Ternak Mart Pada Startup Ternaknesia Di Masa Pandemi Covid-19./*Commercium*, *4*, 132–145. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/41803/35965

Sugiyono. (2019)./Metode Penelitian Kuantitaif,Kualitatif dan R&D, ISBN: 979-8433-64-10./In *Alfabeta* (Issue 465).

Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. (2015)./The usage of digital marketing channels in SMEs./*Journal of Small Business and Enterprise Development*, *22*(4), 633–651. https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073

Tapaningsih, & others. (2022)./*Manajemen Pemasaran*./Sada Kurnia Pustaka. https://books.google.co.id/books?id=Oy2iEAAAQBAJ

Wardani, S. (2023). Analisis Strategis Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kinerja Ekonomi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, *1*(2), 76–80.

Yupi, Y., & Heryadi Putri, A. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. *Komversal*, *5*(1), 70–92. https://doi.org/10.38204/komversal.v5i1.1214