

DAFTAR PUSTAKA

- A. S. Arwani, dan M. Mahfudz, (2022) "*Pengaruh E-WOM, Kualitas Konten Terhadap Subscription Decision Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Layanan Streaming Genflix pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)*," Diponegoro Journal of Management, vol. 11, no. 2.
- Ayesha, Ivonne, dkk. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*, Sumatera barat: Penerbit PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Carlson, J., dkk. (2018). *Customer engagement behaviours in social media: capturing innovation opportunities. Journal of Services Marketing*, 32(1).
- Chaffey, D., & Mayer, R. (2019). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Datareportal.com. 09 Februari 2023. Digital 2023: Indonesia, Diakses 13 Desember 2023, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Dhiza, Amie., dkk. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Melalui Instagram Terhadap keputusan Pembelian Pada Kafe Di Kota Pekanbaru*. Jurnal Economica Vol.VIII. No.1
- Fachmy. R. N., dan Mas Rasmini. 2023. *The Effect Of Content Marketing On Pegipegi Instagram On Purchasing Decisions*. Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 4(5)
- Ghozali, I., (2018). *Aplikasi Analisis Analisis Multivariate Multivariate dengan Program dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harian Jogja.com, 31 Januari 2019. IDE BISNIS: Memodifikasi Resep Es Teler Keluarga Menjadi Produk Favorit. Diakses 13 Desember 2023. dari <https://ekbis.harianjogja.com/read/2019/01/31/502/968719/ide-bisnis-memodifikasi-resep-es-teler-keluarga-menjadi-produk-favorit>

- Imron.S.A., dkk. (2018). *Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia)*. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer. Vol. 2, No. 9, September 2018, hlm. 2570-2578
- Indonesiabaik.id. 14 Maret 2023. APJII. 2023. Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi. Diakses tanggal 13 Desember 2023, dari <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>
- Kemenlu.go.id. 22 November 2021 *Cafe Sebagai Gaya Hidup Peluang Bagi Indonesia*, dikases 13 Desember 2023. Dari <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3174/berita/caffe-sebagai-gaya-hidup-peluang-bagi-indonesia>
- Kotler, P., Kotler, K. L.,Chernev, A., 2022. *Marketing Management*. 16 Ed. Usa: Pearson.
- Maulana, Indra.2020. *Peran Daya Tarik Konten, Kemudahan penggunaan dan kualitas Interaksi Layanan Dalam Meningkatkan Pembelian Daring di Ecommerce Blinli.com Di Purwakarta*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7 No. 1
- Maulana, Indra.2020. *Peran Daya Tarik Konten, Kemudahan penggunaan dan kualitas Interaksi Lyanan Dalam Meningkatkan Pembelian Daring di Ecommerce Blinli.com Di Purwakarta*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7 No. 1 Februari 2020
- Rachmawaty, Asye, & Meli Siagawati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Membuka Peluang Bisnis bagi Warga di Desa Sindangsari. TEMATIK – Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 6(2),184-196.
- Rachmawaty, Asye,. (2021). Optimasi media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar. Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi Vol. 8, No. 1
- Rakha fahreza. (2020). 10 Macam Media Sosial yang Paling Sering Digunakan Oleh Orang Indonesia. <https://www.merdeka.com/jatim/10-macam-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-oleh-orang-indonesia-kln.html?page=1>
- Runiasari.M. (2021). *Analisis Kualitas Konten dan Interaktivitas Merek dalam Meningkatkan Niat Beli Konsumen pada Merek Fesyen Melalui Instagram*

Menggunakan Paradigma SOR. Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung.

Sania, A. P., & Aulia, P. (2021). *Pengaruh Konten Pemasaran Instagram @Tumbas.origine Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tahun 2020*. Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis), 6(2), 85-93.

Sekaran, Uma, & Roger Bougie (2022). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach Eigt Edition*. United States of America : Wiley

Setiadi D., dkk. (2018). *Analisis Faktor Advantageous Campaign, Relevant Content, Popular Content, Frequently Update Content, Various Platform And Application Terhadap Brand Loyalty Pada Bonolo.id*. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer. Vol. 2, No. 12

Setiawan, P. Y., dan Mahaputra, D. G. K. (2019). *Peran Sikap Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung*. E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 12.

Setiawan. (2019). *Marketing 4.0*, Jakarta: penerbit PT Gramedia Pustaka Utama

Sibarani, dkk. (2022). *Pengaruh E-Wom pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran di Bos Sayur Malang yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA) Volume 6, Nomor 3.