

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, A. M. (2023). *Perkembangan Coffee Shop di Kota Padang dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat (2011-2021)* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).
- Agustian, et al., (2023) *The Influence of Influencer Marketing in Increasing Brand Awareness and Sales for SMEs. Technology and Society Perspective (TACIT)*.
- Andriani, D. F. (2021). *Pengaruh Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian Djovalyn* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA).
- APJII. (2023). *Laporan Survei Internet APJII 2023*
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia*. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), A438-A443.
- Busti, F. I. (2019). *Memahami Pendekatan positivis, Konstruktivis Dan Kritis Dalam Metode Penelitian Komunikasi*. *Communique*, 2(1), 1–8.
- Carissa, T., & Aruman, A. E. (2019). *Pengaruh Sales Promotion dan Influencer Marketing Terhadap Minat Membeli Dalam Mobile Legends*. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Chopra, A., Avhad, V., & Jaju, and S. (2021). *Influencer Marketing: An Exploratory Study to Identify Antecedents of Consumer Behavior of Millennial*. *Business Perspectives and Research*, 9(1), 77–91.
- Dewi, R. C. P. (2020). *Strategi komunikasi pemasaran melalui media instagram (Studi kasus pemasaran produk pada akun instagram@ Homedia. id)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Febriyanti, P. A., & Ratnasari, A. (2022, August). *Bauran Promosi Coffee Shop Wiedu di Instagram*. In *Bandung Conference Series: Communication Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 397-402).
- Firmansyah, A. (2020). *k pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 3.
- Furqon, A. (2024). *Analisis Penerapan Bauran Promksi Sebagai Komunikasi Pemasaran PT. Bhineka Rahsa Nusantara dalam Mempromosikan Produk Rahsa Nusanyara di Kota Bandung*. Kota Bandung: Univeristas Telkom, S1 Ilmu Komunikasi
- Gabriella, T., & Latubulo, D. D. J. (2022). *Penerapan Promotion Mix dalam Komunikasi Pemasaran Apartemen Sringhill Royale Suite*. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 8(3), 2973-2992.
- Galih, F. A. A. (2023). *ANALISIS BRANDING PARIWISATA KEPULAUAN RIAU (Studi Kasus pada Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dalam Melakukan Proses Branding “Wonderful Riau Islands”)* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Gunawan, A. A. P. D., Novel, N. J. A., & Budiyaniti, S. A. (2023). *STRATEGI INFLUENCER MARKETING PADA RAHSA NUSANTARA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS*.
- Harahap, M. A., & Susri Adeni. (2020). *TREN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SELAMA PANDEMI DI INDONESIA* (2nd ed., Vol. 7).
- Hardianawati, (2022). *Marketing Strategy Through Celebrity Endorsment and*

- Influencer Marketing*. Jurnal Multidisiplin Madani.
- Hayati, C. S., & Sudradjat, R. H. (2022). Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Platform Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan *Brand Awareness* Butik Aishable. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3).
- Husna, A. H., & Mairita, D. (2024). Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten *Influencer* pada TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 86-100.
- Hutabarat, J. R. (2020). Pengaruh *Influencer Marketing* Pada Produk Eiger Sebagai Strategi Pemasaran Era Modern Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Di Kecamatan Medan Timur). Sasmitodia.
- Juliasari, A., & Malihah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pemasaran Akun@ Somethincofficial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(2), 260-265.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. 2022. *Marketing Management* 16 Edition. United Kingdom: Pearson Education Inc.
- Kresna, A. Y., Setyowati, L., Zulfika, G., & Sulistiyawan, E. (2024). Efektivitas penggunaan *influencer* dalam strategi pemasaran digital. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital*, 1(4), 57–63.
- Kriyantono, R. (2014). Teknik Praktis Riset Komunikasi. KENCANA.
- Kriyantono, R. (2020). Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif. Prenadamedia Group.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18(1), 33–38.
- Malik, R. 2024, Perancangan Strategi Kreatif Promosi Plossa Minyak Aroma Therapy Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*. (Skripsi, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University: Bandung).
- Moleong, L. J. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, H. (2024). Analisis Startegi Digital Marketing Melalui Sosial Media dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Bebek Sanjay Yogyakarta). *NIKAMABI*, 3(2), 20-29.
- Maulana, D. (2024). Analisis Dampak Media Sosial Terhadap Strategi Pemasaran Modern. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, Vol 3 (1), 117-127.
- Nurbaiti, N., Fitriana, F., & Safrianti, R. (2024). Efektivitas *endorsement influencer* terhadap tingkat penjualan *fashion* pada online shop Fitmeeee.id. *Jurnal Busana dan Budaya*, 4(1), 393–407.
- Puspitasari, D. P., & Wulandari, A. (2023). Perancangan Konten *Marketing* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Melalui Media Tiktok Pada Umkm Kampoeng Radjoet Tahun 2023. *eProceedings of Applied Science*, 10(6).
- Putri, A. D., Prabawani, B., & Widayanto, W. (2023). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Revisit Intention* melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada *Coffee Shop* Pijar: Studi pada *Coffee Shop* Pijar di Tembalang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 70-80.
- Rizky, M. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Little Tokyo dalam Meningkatkan *Customer Engagement* di Media Sosial Instagram dan Tiktok (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Rusti, W. P., & Asnur, L. (2024). Hubungan *Brand Awareness* Dalam Menentukan Keputusan Pembelian di *Coffee Shop* Teras Muzaka Lubuk

Basung. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 2(1), 108-125.

- Salsabila, G. T., Mayasari, M., & Poerana, A. F. (2021). PERSEPSI KONSUMEN MENGENAI PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS BITTERSWEET BY NAJLA* MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Kasus Pada Followers Akun TikTok@ bittersweetbynajla). *MEDIA BINA ILMIAH*, 16(8), 7189-7200.
- Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh media sosial *marketing* TikTok terhadap minat beli online di shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 107-116.
- Sitinjak, P. P. (2021). Pemanfaatan Konten Instagram Dan Social Media Influencer Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Saint Mary's College Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi/Volume*, 20(02), 284-293.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., ... & Ulfah, M. (2022). *BOOK of BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Suwendra. W. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Dalam ilmu sosial, pendidikan, kebudayaan dan keagamaan. Bandung: Nilacakra
- Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat
- Winadi, J. S. (2017). Hubungan *word of mouth* dengan *brand awareness* teh kotak. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1).
- Yolanda, Y., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh *store atmosphere* dan *service quality* terhadap *revisit intention* konsumen pada golden cafe dan resto. *Jurnal Ecogen*, 3(4), 584-597.

