DAFTAR PUSTAKA

Apriliana, Sahvira, Widya, and Bangun Putra Prasetya. 2024. “Pengaruh Segmenting *Targeting* Positioning (STP) Terhadap Kepuasan Konsumen H-37 Adventure Yogyakarta Sahvira Apriliana Lebih Homogen Dari Tiap Kelompok Konsumen Dapat Dipilih Sebagai Target Pasar Untuk Dicapai Kelompok-Kelompok Yang Lebih Kecil Berdasar.” *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)* 2(3).

Ardiansyah, Risnita, and M.Syahran Jailani. 2023. “Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif.” 1: 1–9.

Asyefi, Muhammad Gestald, Maria Magdalena Widiantari, and Veny Ari Sejati. 2026. “PENGARUH KONTEN INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS AEROSTREET.” *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 11.

Budiputra, Aqshal Raihan, Hayuning Anggrahita, and Guswandi. 2024. “Hubungan Karakteristik Lokasi Dengan Karakteristik Pengunjung Toko Kopi Bersejarah Di Kota Bandung.” 25(2): 243–62.

Cahyadi, Dian, and Tangsi. 2023. *Video Promosi*.

Christina, Imelda Debby, Fenni, and Devia Roselina. 2019. “Management and Entrepreneurship: Trends of Development Issue 4 (10), 2019.” *MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP* 4(4): 58–66.

Darmawan, Iman Sulaeman, and Annisa Wulan Shary. 2025. “ANALISIS PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN KAMERA PENGADarmawan, Iman Sulaeman, and Nisa Wulan Shary. 2025. ‘ANALISIS PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN KAMERA PENGAWAS.’ 5(1): 28–36.WAS.” *Jurnal Manajemen Diversitas* 5(1): 28–36.

Fauzan, M, Y Jerry, N Allessandro, and S Aldino. 2020. “Determining Critical Factor in *Coffee-to-go* Business Using Analytical Hierarchy Process (AHP): A Case Study in Jakarta *Coffee* Industry.” *Journal of Economics, Business and Management* 8(3). doi:10.18178/joebm.2020.8.3.640.

Hariyanto, Rivan Christian, and Andi Wijaya. 2022. “PENGARUH BRAND AMBASSADOR , BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION.” *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan* 04(01): 198–205.

Istiqomah, Nur, and Tamamudin. 2025. “STRATEGI DIGITAL BRANDING SR12 DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN KONSUMEN MELALUI KONTEN MEDIA SOSIAL.” *Journal of Islamic Laws and Studies* 4(2): 525–33.

Jermias, Emanuel Omedetho, and Abdul Rahman. 2025. “Praktik Sosial Nongkrong Pada Kalangan Pemuda Di Kawasan Tanjung Dapura Kota Makassar.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*: 161–74.

Kuswalabirama, Teuku Muhammad Ridha, and Arry Widodo. 2024. “PENGARUH PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI IKLAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA E-

COURSE KANG AVIV INSTITUTE." *MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI* 11(1): 725–43.

Latiep, Ifah Finatry, and A Reski Fausia Putri. 2023. "Penggunaan Video Konten Dalam Memperkuat Promosi Produk." 1(2): 1–6.

Maharani, Carissa, and Lina Saptaria. 2025. "THE INFLUENCE OF INSTAGRAM MARKETING ON PURCHASING DECISIONS WITH BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE AS MEDIATING VARIABLES (CASE STUDY OF DESSERTHOUSE BY WIDIA IN TRENGGALEK REGENCY)." 14(4): 3342–55.

Noegraha, Rosandi Ardi, Latif Bisri, and Abdul Malik Karim Amarullah Lestaluhu. 2025. "Penggunaan Sosial Media Sebagai Konten Marketing Dalam Strategi Pemasaran Di Glasmacher *Coffee*." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 3(04): 575–94.

Piliang, Nuraini. 2016. "Pengaruh Segmentasi, *Targeting* Dan Positioning Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Putra Lubuk Raya Mandiri Padangsidimpuan."

Rahmawati, and Ma'ruf M.Bus. 2020. "ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY MINUTE MAID PULPY ORANGE DI KOTA PADANG." *EKONOMI DAN BISNIS p-ISSN* 22(2): 109–18.

Riyanti, Anggita Sri, Zulistiani, and Hery Purnomo. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa Di Nganjuk." : 1086–91.

Asrini A. Saeni, and Achmad Fauzi Setiawan. 2023. "STRATEGI PROMOSI DALAM KONTEN MEDIA SOSIAL SOCIAL MEDIA PROMOTION STRATEGIES FOR CONTENT MIE BARACCUNG MAKASSAR." *Jurnal Administrasi Terapan* 1: 42–58.

Saraswati, Dhealda Ainun, and Chatia Hastasari. 2020. "Strategi Digital Content Marketing Pada Akun Media Sosial Instagram Mojok . Co Dalam Mempertahankan Brand Engagement Digital Content Marketing on the Social Media Instagram Account of Mojok . Co in Maintaining Brand Engagement Program Studi Komunikasi , F." 9(2): 114–28.

Tentry, Haga Creis, and Haryadi. 2025. "Desain Konten *Visual* Dan Strategi Engagement Untuk Meningkatkan Brand Awareness Dengan Memanfaatkan Tools Instagram Insight." *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)* 4(3): 4088–4100.

Tami Utami, and Murtafia. 2025. "STRATEGI CONTENT MARKETING MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KEDAI KOSAN DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT INSTAGRAM SOCIAL MEDIA CONTENT MARKETING STRATEGY FOR." *Jurnal Administrasi Terapan* 3: 158–69.

Verdianto, Herodion, and Ferry Jaolis. 2023. "Studi Perseptual Kedai Kopi *Coffee-to-go* Di Surabaya Menggunakan Perspektif Customer-Based Brand Equity." *Jurnal Manajemen Perhotelan* 9(2): 81–90.

Waru, A Putri Djohar Tenri, and Yunita Janah. 2023. "Tinjauan Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Online Shop Sepatu X."

Administrasi bisnis 3(November): 98–102.

Wisesa, Candra Purba. 2021. “STUDI KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN OLEH-OLEH KHAS SURABAYA: PERAN BRAND AWARENESS DAN KUALITAS PRODUK.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 9: 287–94.

Yousuf, Gilbert Budiman, and Eljihad Akbari Syukriah Mathory. 2025. “STRATEGY SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MEMBANGUN BRAND ENGAGEMENT PADA MEDIA SOSIAL MY BURGER SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY IN BUILDING BRAND ENGAGEMENT ON MY BURGER ’ S SOCIAL MEDIA PLATFORM.” *Jurnal Administrasi Terapan* 3: 207–21.