DAFTAR PUSTAKA

Adhira, W., & Saragih, Y. M. (2025). Peran Jurnalistik dan Kehumasan Digital Akun Youtube Agak Laen dalam Meningkatkan Antusiasme Penonton. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *4*(2), 365–379. https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4367

Afif Setiantono, H., & Ali, H. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Manajemen Hubungan Pelanggan dan Proposisi Nilai terhadap Loyalitas Pelanggan. *Dinasti Accounting Review*, *2*(3), 137–147.

Alaika Amaly Khaira, Arfian Suryasuciramdhan, Dhiyandra Prasetya Gusti, Fauzan Azima, & Rahma Aniq Aulia. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran di Media Sosial Youtube dalam Membangun Professional Brand Image. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, *4*(1), 319–330. https://doi.org/10.56910/jispendiora.v4i1.2124

Amanda Safira Putri, D., Noor, A., & Wardhani, P. S. (2025). Pengaruh Kualitas Konten Pemasaran Di Tiktok Dan Tingkat Keterlibatan Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Cruseka. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(3), 342–354.

Arsandi, S. A., Saputro, R. A., & Ahmad, N. (2024). Jenis dan karakteristik konten media sosial instansi pemerintah dan keterikatan pengguna. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, *8*(1), 227–237. https://doi.org/10.25139/jsk.v8i1.6225

Asiva Noor Rachmayani. (2015). *TEORI HABIT PERSPEKTIF PSIKOLOGI DAN PENDIDIKAN ISLAM*. 6.

Farida, S., Zahra, A., & Derajat, S. P. (2025). Indonesian of Multidisciplinary Journals Persepsi Konsumen Terhadap Strategi Branding Pada Produk Kosmetik Halal Di Indonesia. *Jurnal Krakatau*, *3*(1), 51–57. http://jurnal.desantapublisher.com/index.php/krakatau/index

Fitriyana, A., Sofiaturohmah, A., & Astuti, D. (2025). *Analisis Kajian Literatur mengenai Aspek-Aspek Kelayakan Bisnis dalam Industri Kopi Journal of Business Economics and Management*. *01*(03), 277–281.

Gerald, J., & Sutarno Sutarno. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri Medan*. *3*, 468–479.

Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, *13*(2), 153–172. https://doi.org/10.25105/dim.v13i2.1785

Hamzah, R. E., Sungkono, N., & Santoso, P. Y. (2022). Pengelolaan Konten Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Usaha Kecil Warga Kampung Anyar, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pustaka Dianmas*, *2*(2), 64–70. https://doi.org/10.32509/dianmas.v2i2.2497

Haykal, A. P., Febrilia, I., & Monoarfa, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, *VIII*(I), 1–19.

Ika, D. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap

Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *STEI : Jurusan Ekonomi*, *XX*(XX), 1–22. file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Jurnal Indo Ika Devi W (2).pdf

Ilhami, A. S. W. V. N. M. W., Rusdy, A. M., & M, W. A. (2024). *Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif Wiyanda*. *10*(17), 826–833.

Iqbal, M. (2025). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Era Media Sosial. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, *4*(2).

Jovanus, A. (2025). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen di Cafe Can Ngopi terhadap Konten Media Sosial Instagram. *Journal of Mandalika Literature*, *6*(3), 728–735.

KELLER, P. K. & K. L. (2016). Marketing Management, 15th edition. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).

Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (p. 45).

Krisdamayanti, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Pengguna Smartphone Samsung Mahasiswa STEI Jakarta). *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, *12*(2004), 6–25.

Makna, S. P., & Amron. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Simcard Tri. *Jurnal Mirai Management*, *8*(1), 224–233.

Marchelina, S. (2023). *Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Excelso Cafe Jemursari Surabaya*. *25*(1), 1081–1092. http://repository.upnjatim.ac.id/11931/%0Ahttp://repository.upnjatim.ac.id/11931/8/18024010065_DAFTAR PUSTAKA.pdf

Maslahatun, Pricilia, M., Aulia, R., & Ruga, Z. A. L. (2025). Strategi Pemasaran Media Sosial dalam Meningkatkan Keterlibatan dan Loyalitas Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(2), 361–371. https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/3855

Maulana, M. N., Laila, A., & Rafly, I. (2025). *Peningkatan Produktivitas UMKM ‘ Kopi Thung ’ melalui Sinergi Media Sosial dan Media Konvensional Enhancing the Productivity of Micro , Small , and Medium Enterprises “ Kopi Thung ” through the Synergy of Social Media and Conventional Media*. *3*(1), 1–12.

Mulyadi, B., Wahyu Setyawati, N., & Dwikotjo Sri Sumantyo, F. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian “Dalam Rasa Kopi” di Setu Bekasi. *Orbit : Jurnal Ilmu Multidisiplin Nusantara*, *1*(2), 124–134. https://doi.org/10.63217/orbit.v1i2.123

Ni’mah, Y. Z., & Sutarmin. (2021). PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI MINAT BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Tjyybjb.Ac.Cn*, *27*(2), 635–637.

Nurcahyadi, A. (2024). *Peran Content Marketing dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada E- Commerce Acep Nurcahyadi Institut Teknologi dan Bisnis Riyadlul ' Ulum , Indonesia Email : acepnurcahyadi@gmail.com Loyalitas Pelanggan ,*. *2*(7), 632–639.

Praktek, T. D., Diandra, D., Adrian, A., Wijanarko, A., Moerales, H. A., & Satoto, A. A. (2024). *Journal of Technopreneurship*. *6*(1), 34–43.

Saeni, A. A., & Fauzy, A. (2023). Strategi Promosi Dalam Konten Media Sosial Mie Baraccung Makassar. *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan*, *1*(1), 42–58. https://doi.org/10.33509/admit.v1i1.2030

Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, *3*(2), 1–15.

Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, *21*(3), 311.

Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & ... (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan …*, *7*, 7524–7532. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/7422/6136

Surjono, W. (2025). *Strategi Manajemen Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada Perusahaan Start-up Teknologi di Indonesia*. *6*(1), 18–29.

Timoty Agustian Berutu, Dina Lorena Rea Sigalingging, Gaby Kasih Valentine Simanjuntak, & Friska Siburian. (2024). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Perkembangan Bisnis Modern. *Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, *2*(3), 358–370. https://doi.org/10.61132/neptunus.v2i3.258

Z, M., Zainuddin, M. Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana. *Sultra Journal of Economic and Business*, *3*(2), 132–149. https://doi.org/10.54297/sjeb.vol3.iss2.338