

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Zakariya, M., & Utami, Y. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Manajemen UPN Veteran Yogyakarta yang Membeli Produk Sepatu Adidas Menggunakan Instagram)*. <http://eprints.upnyk.ac.id/27400/>
- Andriani, D. (2020). *Kopi Kenangan Maksimalkan Penjualan Secara Online, Kopi 1 Liter Jadi Andalan*. *Bisnis.Com*.  
<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200514/52/1240387/kopi-kenangan-maksimalkan-penjualan-secara-online-kopi-1-liter-jadi-andalan>
- Annur, mutia C. (2023). Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia. *Databooks*.
- Antariksa, Y. (2023). Pertempuran Kopi Kenangan vs Janji Jiwa. *Strategimanajemen*.
- Burhan Ahmad, F. (2022). *Rambah Roti hingga Kopi Kemasan, Penjualan Kopi Kenangan Melonjak - Startup Katadata.co.id*. *Katadata.Co.Id*.  
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/620a22038001a/rambah-roti-hingga-kopi-kemasan-penjualan-kopi-kenangan-melonjak>
- cnbcindonesia.com. (2022). *Intip Sumber Kekayaan Sosok Pemilik 600 Gerai Kopi Kenangan*. *Cnbcindonesia.Com*.  
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220715114238-17-355908/intip-sumber-kekayaan-sosok-pemilik-600-gerai-kopi-kenangan>
- Danang Satrio, A. M. D. H. M. L. (2023). Model Komunikasi AISAS Sebagai Efektifitas Paid Promote Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 10.
- Dataindonesia.id. (2022). *Daftar Kedai Kopi Lokal Terfavorit di Indonesia*. *Dataindonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/daftar-kedai-kopi-lokal-terfavorit-di-indonesia>
- Elvira, N. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner UMKM*. <http://repository.uinsu.ac.id/14572/>
- Fajri, I., Rizkyanfi, M. W., & Ismaya, R. (2021). The Effect Of Social Media Marketing On Purchase Decisions With Brand Awareness As An Intervening Variables In Praketa Coffee Shop Purwokerto. *Ilham Fajri The Journal Gastronomy Tourism*, 8(2), 97–110.  
<https://ejournal.upi.edu/index.php/gastur/article/view/41922>

- Inayati, T., Johan Efendi, M., Safika Dewi Fakultas Ekonomi, A., Manajemen, J., Mayjen Sungkono Jl Irian Jaya No, U., & Mojokerto, K. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 1(3), 202–209. <https://jurnal-tmit.com/index.php/home/article/view/50/26>
- Instagram.com. (2022). *Kopi Kenangan (@kopikenangan.id) • Foto dan video Instagram*. <https://www.instagram.com/kopikenangan.id/>
- Jaya Aji Saputra, K. B. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Bentuk Kemasan Terhadap Minat Beli Produk Tahu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4.
- Kompas.com. (2022). Susu oat rendah gula hadir di Indonesia dengan 3 varian berbeda. *Kompas.Com*.
- Kopi Kenangan. (n.d.). *Tampilan— Kopi Kenangan*. Kopikenangan.Com. Retrieved November 15, 2022, from <https://kopikenangan.com/promo>
- Kopi Kenangan. (2023). *Outlet Kopi Kenangan*. Kopi Kenangan.
- Kumparanfood. (2021). *Kopi Kenangan Kembali Raih Penghargaan Brand of The Year / kumparan.com*. <https://kumparan.com/kumparanfood/kopi-kenangan-kembali-raih-penghargaan-brand-of-the-year-1x1aUAze8Ng/full>
- Liana, Y. (n.d.). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management & Business (BMB)*, 2(2), 2021. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i2.155>
- Made, N., Dewi, P., Imbayani, G. A., Ribek, P. K., Ekonomi, F., Universitas, B., & Denpasar, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi e- word of mouth pada Givanda Store Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1669>
- Marchelina, T. R. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Produk Bening's Skincare di Kota Padang*. <http://eprints.umsb.ac.id/id/eprint/523>
- Maulani Suciati, L. (2019). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Awareness serta dampaknya pada Purchase Decision (Survei Online pada followers Aktif Instagram dan Facebook Vauza Tamma Hijab). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/172169/>

- Meissy, F., Program, P., Bisnis, M., Manajemen, S., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya. *AGORA* , 7(1).  
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8141/0>
- Mileva, L. (2018). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang membeli Starbucks Menggunakan Line). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.  
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/162980/>
- Muharam, A. N., Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2020). *Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk Boci Baso Aci (Studi Kasus Pada PT. AA Mapan Perkasa Tahun 2020)*.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/15262>
- Nurkholis. (2018). *Penetapan Usia Dewasa Cakap Hukum berdasarkan Undang-Undang Dan Hukum Islam*.
- Nurriqli, A., & Risanta, M. (2021). Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1). <https://doi.org/10.35130/jrimk>
- Oktaviani, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau)*.  
<http://repository.uir.ac.id/id/eprint/10690>
- Oscar Bheben, F. A. (2022). Peranan Penanganan Keluhan Pelanggan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan: Studi Pada Lintas Shuttle BTC Pasteur. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12.  
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/2120>
- Rahmawati, A. R. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.CO Donuts dan Coffee Kota Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 9(1). <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/4686>
- Rizaty, A. M. (2023). Penjualan Kopi Siap RI Diproyeksi naik 4% pada 2023. *DataIndonesia.Id*.

- Rizaty, M. A. (2022). *Volume Penjualan Kopi Siap Minum Indonesia Naik 3,2% pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/volume-penjualan-kopi-siap-minum-indonesia-naik-32-pada-2022>
- Rumapea, N. N., & Putra, A. (2020). The Influence Of Social Media Marketing Through Instagram On Avoskin Brand Awareness At Telkom University Students. *Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia, 9*, 1080. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17767>
- Septi. (2022). *Beberapa Hal Yang Buat Instagram Followers Instagram Kamu Turun*. Sevenads.Id. <https://sevenads.id/blogs/beberapa-hal-yang-buat-instagram-followers-instagram-kamu-turun>
- Sirclo.com. (2021). *Berikut Alasan Mengapa Review Produk Penting Untuk Bisnismu - SIRCLO*. Sirclo.Com. <https://www.sirclo.com/blog/berikut-alasan-mengapa-review-produk-penting-untuk-bisnismu/>
- Socialblade.com. (2022). *Kopi Kenangan's Instagram Monthly Stats (Social Blade Instagram Statistics)*. Socialblade.Com. <https://socialblade.com/instagram/user/kopikenangan.id/monthly>
- solusibisnis. (2023). *Perkembangan bisnis coffee shop di indonesia 2023*. Solusibisnis.Co.Id.
- Sugianto, D. (2019). *Hasil Riset: Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun*. Finance.Detik.Com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riiset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>
- Syarifadi, A. (2022). *Kuy Intip Kisah Perjalanan Kopi Kenangan Menggapai Kesuksesannya*. Akurat.Co. <https://akurat.co/kuy-intip-kisah-perjalanan-kopi-kenangan-menggapai-kesuksesannya>
- Topbrand-award.com. (2020). *Kedai Kopi Fase 1 2020 | Top Brand Award*. <https://www.topbrand-award.com/en/2020/01/kedai-kopi-fase-1-2020/>
- Ulfa Ridayani, S., & Alie, J. (2021). The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision of K-Pop Idol Iz\*One's Albums in Palembang. In *International Journal of Marketing & Human Resource Research* (Vol. 2, Issue 1). <https://journal.jis-institute.org/index.php/ijmhrr/article/view/176>
- Wulandari. Ayu Mita. (2022). *Yuk Ngopi di Kopi Kenangan NIPAH Park, Banyak Promo Hingga Akhir Maret - Hallo Sultra*. Hallosultra.

<https://sultra.hallo.id/ekonomi-bisnis/pr-1352887447/yuk-ngopi-di-kopi-kenangan-nipah-park-banyak-promo-hingga-akhir-maret>

