

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaridzi, A. D., Sarjono, H. S., & Itasari, A. A. (2025). Strategi komunikasi pemasaran pada konten media sosial Instagram Coffee Shop @titikkoma.solobaru. *Solidaritas*, 8(2).
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram handbook: Tips fotografi ponsel*. Media Kita.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- de Vries, L., Gensler, S., & Leeflang, P. S. H. (2017). Effects of traditional advertising and social messages on brand-building metrics and customer acquisition. *Journal of Marketing*, 81(5), 1–15.
- Fredik, T. F., & Dewi, S. I. (2019). Analisis pengaruh promosi melalui media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian pada bisnis coffee shop. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 145–154.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Nursyamsi, S. E., Dewi, N. K., & Marshelin, D. A. (2023). Strategi komunikasi pemasaran coffee shop Blooming Bros Manual Brew dalam meningkatkan konsumen melalui media sosial Instagram. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, 28(3).
- Prasetyo, B., Febriani, N. S., Asmara, W. W., & Tamitiadini, D. D. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: Pendekatan tradisional hingga era media baru*. Universitas Brawijaya Press.

- Pratiwi, D., & Yuliana, N. (2024). Strategi komunikasi pemasaran digital melalui Instagram dalam meningkatkan engagement konsumen pada bisnis coffee shop. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 5(1), 45–56.
- Putri, R. A. (2013). Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi visual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Radar Surabaya Net. (2024). Perkembangan coffee shop di Surabaya tahun 2024. Diakses pada 12 Januari 2026 dari <https://radarsurabaya.jawapos.com>
- Ristia, A., & Kartikasari, L. (2022). Strategi komunikasi pemasaran pada konten media sosial Instagram Coffee Shop @KOPIDAONG.ID. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(5), 1744–1753.
- Saputra, R., & Hidayat, A. (2023). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai strategi komunikasi pemasaran digital pada usaha coffee shop. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 28(2), 115–126.
- Solis, B. (2010). *Engage: The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. Sage Publications.