

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita
- Cangara, H. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Durianto, D. (2008). *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Hartiningsih. (2014). *Komunikasi Massa, Televisi, Dan Tayangan Kekerasan Dalam Pendekatan Kasus*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Maulana, H. Gumelar. G. 2013. *Psikologis Komunikasi dan Persuasi*. Akademia Permata.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Ramdina Prakarsa.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositologi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Kencana.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Caps.
- Suyanto, M. (2005). *Strategi Perancangan Iklan Televisi*. Andi.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Andi.
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Penerbit Ghalia Indonesia.

JURNAL

- Ariestya, A., & Waluyo, L. S. (2020). *Influencer size effecting climate change discourse: A study on Indonesian twitter. Call for Papers, 105.*
- Arifin, F. N. (2015). *Efektivitas Akun Instagram @Filmnasiona1 Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.*
- Buana, E. A. (2019). *Pengaruh daya tarik iklan televisi situs jual beli online bukalapak versi “semua bisa dinego” terhadap minat beli calon konsumen di sma kristen terang bangsa semarang.*
- Fristiana, D. A. (2000). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang*
- Maharani, O. N. (2015). *Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung.*
- Sholihah, A. (2018). *Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Produk Teh Thailand Pikameame Di Yogyakarta).*
- Widyastuti, D. A. R. (2013). *Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan Di Jejaring Sosial Terhadap Minat Beli Pada Perempuan.*

WEBSITE

- Marboen, Ade P. (2017). *Kopi Sudah Jadi Gaya Hidup. Diakses dari <https://www.antarane.ws.com/berita/668442/kopi-sudah-jadi-gaya-hidup>*
- Prasetyo, Wishnu Bagus. (2019). *Gandeng Indomaret, Point Coffee Bidik Milenial. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/572418-gandeng-indomaret-point-coffee-bidik-milenial>*
- Kementerian Pertanian (2018). 2021, *Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>*

Sanusi (2019). *Bidik Pasar Penikmat Kopi dan Kaum Milenial, Point Coffee Hadir di Indomaret*. Diakses dari <https://www.tribunnews.com/regional/2019/09/04/bidik-pasar-penikmat-kopi-dan-kaum-milenial-point-coffee-hadir-di-indomaret>

Hoot Suite (We Are Social) diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>