

DAFTAR PUSTAKA

- Alruthaya, A., Nguyen, T.-T., & Lokuge, S. (n.d.). *The Application of Digital Technology and the Learning Characteristics of Generation Z in Higher Education*.
- Arthadia, K. (2025, March 2). Keunikan brand Kopi Tuku mengangkat kopi lokal dengan sentuhan tetangga. OKOCE News.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Escalas, J. E. (2004). *Narrative processing: Building consumer connections to brands*. *Journal of Consumer Psychology*, 14(1–2), 168–180.
- Fauziyyah, D. Z., & Putri, Y. R. (2024). Pengaruh *storytelling* marketing dalam video TikTok pencarian matcha ke Jepang terhadap minat pembelian followers TikTok @bittersweetbynajla. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(2), 231–243.
- Frog, K., Budtz, C., Munch, P., & Blanchette, S. (2010). *Storytelling: Branding in practice*. Samfunds Litteratur Press.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haikal, G. Z., Hakim, I., Polin, I., Lisna, Y., Setijadi, N., Pelita, U., & Abstract, H. (2024). Community and Society: Peran Instagram dalam Penciptaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 995–1002.
- Jenderal, S., & Pertanian, K. (2023). Outlook Kopi Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th Edition). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kurnia, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Kopi Di Indonesia. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(6), 805–812.
- Moriarty, S. E., Mitchell, Nancy., & Wells, William. (2015). *Advertising & IMC : principles & practice*. Pearson.
- Nathaniel, T., & Samaria, S. (2025). The Influence of Toko Kopi Tuku's Marketing Communication on the Purchase Intentions of Generations Y and Z. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 13(1), 52–65.

- NielsenIQ, & World Data Lab. (2024). *Spend Z: A global report on Gen Z spending power*. NielsenIQ.
- Opena, A. (2025, April 24). *Top Generation Z marketing statistics [2025] for marketers*. Cropink.
- Ramadhan, I. D., & Purnamasari, O. (2023). Pengaruh konten Instagram Chatime terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(1), 43–52.
- Regina, T. (2024). Dampak media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 13(1), 50–57.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Tamba, F. P., Safrin, F. A., & Siregar, O. M. (2025). Pengaruh *storytelling* marketing terhadap *brand image* dan *purchase intention* produk HMNS (Studi pada followers Instagram HMNS). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(6.B), 73–88.
- Wibowo, W., & Ayuningtyas, F. (2024). Generasi Z sebagai konsumen masa depan: Karakteristik, preferensi, dan tantangan baru. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 5(2), 90–99.
- Winarni, S. A. (2023). Pengaruh *storytelling* marketing pada TikTok Sonia Basil terhadap keputusan pembelian. *The Commecium*, 7(3), 120–128.