

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. (2022). Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi dalam Menarik Minat Pengunjung di Kopi Sadis Medan. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial*, 6(2), 167-171.
- Anggraini S. (2013). Efektivitas Strategi Promosi Dalam Pemasaran Beras Organik Nusantara Di Bawah Komunitas Sehat Organik. *Jurnal Ekonomi Pertanian*. 2 (2). 1-10.
- Arismal Rezki. (2019). Efektivitas Strategi Promosi Produk Kopi Lokal Di Rumah Kopi Ranin. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. 17(1). 1-17.
- Ariyanti T. (2014). Pengaruh strategi promosi terhadap penjualan produk di PT. United Indo Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. 1(2). 9
- Baba, A. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Jual Terhadap Nilai Penjualan Pada Pt Trans Coffee Bean Kota Makassar. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(2). 44-54
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*. 9(1). 140-157.
- Data Media Sosial Datareportal.com. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Dinas Perkebunan Sulawesi Selatan. 2024. Luas Areal Produksi Kopi di Sulawesi Selatan
- Djamarah, Syaiful Bahri & Aswan Zain. (2010). Strategi Belajar Mengajar. Rineka Cipta. Jakarta:
- Emelda. (2022). Analisis Strategi Bauran Promosi Kedai Kopi Nilang Dengan Pendekatan Kualitatif. *Jurnal Adminika*. 8(1), 42-50
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 7(1), 21-42.

- Haristianti, V., Raja, M. T. M., & Putri, C. T. (2021). Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior. Studi Kasus: Kafe dan Coffee Shop di Kawasan LRE Martadinata, Bandung. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 4(2), 196-209.
- Haryanti, E., Siswati, E., Inti, R. W., & Sagita, M. (2024). Determinants and Forecasting of Indonesian Coffee Export Trends to the United States. *Asia Pacific Journal of Business Economics and Technology*, 4(03), 113-121.
- Herdiawanto dan Heri Jumanta Hamdayana. (2014). *Pendidikan Kewarganegaraan*. Erlangga. Jakarta
- Hubner, I. B., Wijaya, J. V., & Nugraha, K. D. (2023). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Flash Coffee Di Jabodetabek. *Jurnal Bangun Manajemen*, 1(2), 77-83.
- Imelda, S., & Huwaida, H. (2016). Strategi Promosi Guna Meningkatkan Omzet Penjualan Sparepart Dan Service Pada Pt Nusantara Borneo Motor. *Jurnal Intekna: Informasi Teknik Dan Niaga*, 16(2), 174-183.
- Isqo, H. (2015). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Volume Penjualan Merek Ako Pada Matahari Departemen Store Lembuswana Di Samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), 470-481.
- Juliardi. 2013. *Pendidikan Kewarganegaraan*. Erlangga. Jakarta
- Julianti, Sri 2014. *The Art Of Packaging*. PT Gramedia Putaka Utama. Jakarta
- Kasali, Rhenald. (2001). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting dan Positioning*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada Batik Burneh. Competence. *Journal of Management Studies*, 11(2) 21-32.
- Lemy, D. M. (2021). Efektivitas Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di Maxx Cofee Benton Junction. *Hospitality And Tourism*, 4(1), 101-117.
- Mariatun, I. L. (2017). Pengaruh Saluran Distribusi, Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Home Industri Tempe Putra Kl Kecamatan Socah Tahun 2016. *Jurnal ilmu dan Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 31-44.

- Mizanie, D., & Irwansyah, I. (2019). Penggunaan Social Network Site (SNS) Instagram Sebagai Media Pemasaran Gerilya Digital. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 89-98.
- Nugraheni, K. S. (2020). Studi Kepuasan Konsumen Pada Peacock Coffee Gajah Mada Semarang. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 38-48.
- Nopriyandi (2017). Analisis ekspor kopi Indonesia. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 12(1), 1-10.
- Pambudi, A. (2016). Analisis Nilai Ekonomi Lahan (*Land Rent*) pada Lahan Pertanian dan Permukiman di Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor. *Jurnal Sains dan Teknologi Maritim*. (2) (1) 77-88
- Pramadyanto, M. R. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Brand Fashion Streetwear Urbain Inc. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(1), 69-92.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Putrianasari, R. A., Pradana, D. A., Anggraini, D., & Waljinah, S. (2019). Analisis Kesalahan Gaya Bahasa Pada Iklan Produk Minuman Di Televisi. *Proceeding of The URECOL*, 1-7. 90-109
- Ramadani, T. A., & Syahrinullah, S. (2023). Analisis Efektivitas Platform Instagram Dalam Strategi Promosi Senja Coffee And Kitchen Pasca Pandemi Covid 19 Di Jember. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 228-235.
- Rezki, M. A., & Hapsari, D. R. (2019). Efektivitas Strategi Promosi Produk Kopi Lokal di Rumah Kopi Ranin. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 38-54.
- Rifal, R., & Sulaeman, S. (2016). Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Distribusi Beras Miskin (Raskin) Di Desa Tolongano Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala. *Agrotekbis: E-Jurnal Ilmu Pertanian*, 4(5), 612-618.
- Riduwan dan Akdon. (2010). Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika. Bandung: Alfabeta
- Robbins, Stephen P. & Mary Coulter. (2007). *Manajemen*. Edisi Kedelapan, PT Indeks. Jakarta
- Rohani, Ahmad. (2004). Pengelolaan Pengajaran. Rineka Cipta. Jakarta

- Saefudin, B. R., Deanier, A. N., & Rasmikayati, E. (2020). Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor. *AGROVITAL: Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1), 39-46.
- Salsabilla, P., Anggraini, S., Fahri, A. F., & Almatin, R. (2023). Peran Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Pempek Lala Di Pasar Ilir Dalam Meningkatkan Perekonomian Kota Palembang. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 11(1), 95-104.
- Sidiq, Umar, Miftachul Choiri dan Anwar Mujahidin. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. CV. Nata Karya. Ponorogo
- Soesatyo, N. (2018). Analisa Credibility Celebrity Endorser Model: Sikap Audience terhadap Iklan dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli " Top Coffee". *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-12.
- Sugiono. (2016). Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*). Alfabeta. Bandung
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. PT. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Sukmadinata. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif. Penerbit Graha Aksara. Bandung.
- Syarif, M. L., Risnanto, H., Fitriasih, F., Haryanto, Y., Masud, A. W., Kirom, M. N. R., ... & Maftukhah, Q. (2023). Digital Marketing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Besuki Kecamatan Lumbir Kabupaten Banyumas. *Kampelmas*, 2(1), 91-101.
- Wijaksono, W., Santoso, A., & Pristi, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Ewom terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai Gusti Ponorogo. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 63-75.
- Wibisono, Dermawan. (2006). *Manajemen Kinerja: Konsep, Desain & Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Erlangga. Jakarta
- Wuryaningrum, R., Muji, M., & Yolanda, Y. (2023). Representasi Sociolinguistik Pada Kognisi Wacana Persuasi Kopi (Sociolinguistic Representation in Coffee Persuasion Discourse Cognition). *Indonesian Language Education and Literature*, 8(2), 362-375.

- Wuryanta, A. E. W. 2020. Aktivitas Promosi Media Sosial Instagram dan Sikap Konsumen Muda Produk Batik Lokal. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(02), 91-102.
- Zaenal, A. Z., Kamase, J., & Serang, S. (2020). Analisis Digital Marketing dan Word of Mouth Sebagai Strategi Promosi Pariwisata. *Tata Kelola*, 7(1), 62-77.
- Zulhijahyanti, H., Safira, K. A. A., Saputri, L. L., & Permana, E. (2021). Strategi mempertahankan usaha pedagang kaki lima (PKL) di masa pandemi covid19. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen E-ISSN, 2598, 4950*. 5(2) 245-255