

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Arikunto, S. (2016). *Penelitian Tindakan Kelas*. Bumi Aksara.
- Ayesha et al. (2022). *DIGITAL MARKETING (TINJAUAN KONSEPTUAL)*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Diamond S. (2015). *The Visual Marketing Revolution*. 26 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial. PT.Serambi Ilmu Semesta.
- Gamble, S. (2016). *Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*. Canada: Willey.
- Kotler, P., & Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: bergerak dari tradisional ke digital*, Jakarta: Gramedia
- McQuail, Denis. *Teori komunikasi massa*. (Jakarta: Salemba Humanika. 2011).
- McPheat, Sean. (2011). *Content Marketing: The Internet Marketing Academy*. The Internet Marketing Academy & Ventus Publishing Aps.
- Rahardjo, Pudji. (2012). *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Penebar Swadaya.
- Sanjaya, R., & Tarigan. (2019). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Strauss, J., & Frost R. (2016). *E-Marketing (7th ed)*. New York: Routledge
- Soyomukti, Nurani. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta:Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Wardhana, A., Kartawinata, B. R., & Syahputra. (2014). *Analisis Positioning Brand Coffee Shop Berdasarkan Persepsi Pelanggan di Kota Bandung* . *Seminar Nasional Penelitian dan PKM Sosial Ekonomi dan Humaniora*.
- Yin, R. K. (2015). *Studi Kasus: Dedaysain & Metode*. PT.Raja Grafindo Persada. Studi kasus : desain & metode / Robert K. Yin ; penerjemah, M. Djauzi Mudzakir.
- Zyminkowska. (2019). *Customer Engagement in Theory and Practice: A Marketing Management Perspective*. Switzerland: Palgrave McMillan.

JURNAL:

- Abdul, L. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.
- Brodie. (2011). *CUSTOMER ENGAGEMENT: CONCEPTUAL DOMAIN, FUNDAMENTAL PROPOSITIONS & IMPLICATIONS FOR RESEARCH*. *Journal of Service Research*.
- Chaffey, & Chadwick. (2019). *Digital Marketing; Strategy, Implementation and Practice* (7th ed). Pearson.
- Fahresi, M. (2018). PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM MEMPROMOSIKAN CAFÉ CINNAMON SULTAN ALAUDDIN MAKASSAR. Makassar: UIN Sultan Alauddin Makassar.
- Krismanto, Rino Elda. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN COFFEE TOFFEE PEKANBARU DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN. Riau: Universitas Islam Riau.
- Kurnia, N., Johan, R., & Rullyana, G. (2018). HUBUNGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN KEMAMPUAN LITERASI MEDIA DI UPT PERPUSTAKAAN ITENAS.
- Oktaviare, Irga Adithya. (2021). PENERAPAN *MARKETING MIX* DI *COFFEE SHOP SINTESA SPACE* PEKANBARU PADA ERA PANDEMI COVID-19. Riau: UIN Suska Riau.
- Pansari, & Kumar. (2017). *Customer Engagement: The Construct, Antecedents, and Consequences*. *Journal of The Academy of Marketing Science*.
- Safitri, Deby Eka. (2022). STRATEGI PEMASARAN DI COFFEE SHOP SENSURI KOTA MEDAN. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sari, Yulia. (2020). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOPI ACEH (STUDI KASUS MEREK DHAPU KUPI). Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Sholihah, A. (2018). PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Zafer Can Ugurhan, Y., Kumtepe, E. G., Kumtepe, A. T., & Saykili, A. (2021). From Media Literacy to New Media Literacy: A Lens Into Open and Distance Learning Context. Turkish Online Journal of Distance Education.

WEBSITE :

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

(Diakses pada tanggal 17 November 2022)

<https://www.ico.org/> (Diakses pada tanggal 20 November 2022)

<https://www.instagram.com/suaruang/> (Diakses pada tanggal 25 November 2022)