

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Bening media Publishing.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing*. DIVA Press.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, Global Edition* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition* (15th ed.). Pearson Education.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Putra, B. P. (2022). *Instagram Post Design Guide Book*. Ma Chung Pers.
- Rachmawati, I., Millanyani, H., & Ariyanti, M. (2020). *Pemasaran Melalui Media Sosial untuk Usaha Mikro Kecil Menengah*. Tel-U Press.
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*. Saba Jaya Publisher.
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Tuten, T., & Solomon, M. (2015). *Social Media Marketing* (2nd ed.). Pearson Education Limited.

Jurnal:

- Basar, K., Zulher, & Azhari. (2021). Pengaruh Harga, Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Cuka Karet Pada UD. Bulan Bintang Desa Ranah Air Tiris. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 3(1).
<https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi/article/download/74/79>
- Fadhilah, S. (2024). Implementasi Digital Marketing Melalui Social Media Sebagai Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Volume Penjualan Pada Pelaku Usaha Pemula. *JIMEA*:

- Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(1), 2105-2124.
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/3947>
- Hasan, M., & Sari, R. P. (2023). Analisis Framing Berita Kecemasan Masyarakat Penularan Covid 19 Pada Detik.Com. *DIGICOM : Jurnal Komunikasi dan Media*, 3(1).
- Kusherawati, A. P., Isaskar, R., & Dewi, H. E. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian dengan Brand Trust sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 24(1), 55–68.
<https://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/jdse/article/view/9565>
- Marhietta, A., & Alexandrina, E. (2024). Strategi Content Marketing Kienka Melalui Instagram Story Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *TheJournalish: Social and Government*, 5(1), 119-128. <http://thejournalish.com/ojs/index.php/thejournalish/index>
- Nursafitri, D., & Putri, B. P. S. (2022). Analisis social media marketing Banana Cauji di masa pandemi COVID-19 melalui Instagram dan WhatsApp. *Tanra: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*. 9(2).
<https://doi.org/10.26858/tanra.v9i2.35914>
- Palda, A. I., Iisnawati., Yunita, D. (2024) Pengaruh Content Creation, Content Sharing, Connecting dan Community Building terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3D Stable Equestrian. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*. 5(1). 100-112. <http://dx.doi.org/10.47747/jismab.v5i1.1618>
- Pratama, B.P.E., & Setianingrum, V. M. (2025). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Laziza. *The commercium*. 9(3). 75-89.
- Putri, M. A., & Sukma, R. P. (2023). Social Media Marketing dan kualitas produk meningkatkan keputusan pembelian melalui peran mediasi minat beli di Mattea Social Space. *EduTurisma*, 7(2). 1–12.
<https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/download/1298/774>
- Saputri, F. N. (2022). Pengaruh komunikasi pemasaran Instagram Bornndeer terhadap brand awareness dan minat beli followers @bornndeer.jkt. *Jurnal Media Kom*, 12(1), 104–110.
<https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/mediakom/article/download/22277/7385>
- Sitompul, E. V., & Anom, E. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Digital dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use) Aplikasi Belanja Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare: Studi Pada Pengguna Aplikasi SOCO By

- Sociolla. Arus *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 30–43.
<https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i1.310>
- Tyas, R. I. P., & Yasin, M. (2024). Transformasi Pada Era Disrupsi Hingga Terjadinya Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 2(3), 21-28.
<https://doi.org/10.61132/jepi.v2i3.65>
- Winarti, C. (2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. *Universitas Tanjungpura*.

Website:

- Ayu, R. D. (2024, May 21). *Siapa Pembuat Instagram? Ini Profil Lengkap dan Kisahnya* | *tempo.co*. Tempo.co. Retrieved April 19, 2025, from <https://www.tempo.co/digital/siapa-pembuat-instagram-ini-profil-lengkap-dan-kisahny-56947>
- Dewi, I. C. (2024, 28 Oktober). *Tren F&B Series 2025 (1): Inovasi dan adaptasi menghadapi era baru*. Harian Disway. <https://harian.disway.id/read/831658/tren-fb-series-2025-1-inovasi-dan-adaptasi-menghadapi-era-baru/60>
- Firmansyah, I. (2025, Jan 17). *Edukasi Kesehatan bagi Masyarakat dengan Menggelar Kompetisi Video Tentang Gaya Hidup Sehat*. Suara.com. <https://www.suara.com/lifestyle/2025/01/17/132500/edukasi-kesehatan-bagi-masyarakat-dengan-menggelar-kompetisi-video-tentang-gaya-hidup-sehat>
- Firstmedia. (2022, 4 12). *Sejarah Awal Mula Peluncuran Instagram. Sudah Tahu*. firstmedia. <https://www.firstmedia.com/article/sejarah-awal-mula-peluncuran-instagram-sudah-tahu>
- Hootsuite. (2023). *Social media trends 2023*. <https://www.hootsuite.com/resources/social-media-trends>
- Idebiz. (2024, 2 Juli). *Inovasi dalam industri bisnis F&B di Indonesia*. Idebiz. <http://idebiz.id/inovasi-dalam-industri-bisnis-fb-di-indonesia/>
- Ijooz. (2021). *Ijooz Smart Juicer*. Ijooz. <https://www.Ijooz.com/smart-juicer>
- Lintang, I. (2024, September 2). *10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024*. Inilah.com. <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Marketing Creative. (2024, February 14). *Pencapaian Kenangan Brands tahun 2021, menjadi perusahaan New Retail F&B unicorn pertama di Asia Tenggara*. Kopi Kenangan – News. <https://kopikenangan.com/news/pencapaian-kenangan-brands-tahun-2021-menjadi-perusahaan-new-retail-fampb-unicorn-pertama-di-asia-tenggara>

Min, A. H. (2025, January 16). From Singapore to the world: iJooz CEO on revolutionising orange juice. CNA. <https://www.channelnewsasia.com/singapore/Ijooz-machine-orange-juice-singapore-2-dollars-ceo-bruce-zhang-4856046>

Toffin Indonesia. (2024, 29 Oktober). *Intip 8 inovasi Toffin Indonesia untuk jadi solusi terdepan bisnis F&B, Toffin App salah satunya*. Toffin Insight. <https://insight.toffin.id/bisnis/intip-inovasi-toffin-indonesia-untuk-jadi-solusi-terdepan-bisnis-fb-toffin-app-salah-satunya/>