

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. (2022). *Implementasi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Kelas IX Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di SMPN 54 Palembang*. Diakses tanggal 05 Januari 2024 . <https://repository.radenfatah.ac.id/20170/>
- Alapján-, V. (2016). *pengaruh citra merek, media iklan instagram, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk vans (studi kasus pada followers twitter @VHeadID*. 1–23.
- Alwendi, A. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2486>
- Damika, S. andika. (2021). *strategi komunikasi pemasaran sma al- azhar medan dalam menarik minat siswa*. universitas malikussaleh.
- Dickman, B.M. 1993. *Colletotrichum gloeosporioides*. Department of Plant Pathology. University of Hawaii. Hawaii. Diakses tanggal 26 November 2023. http://www.extento.hawaii.edu/kbase/crop/Type/c_gloeo.htm
- Fajar Tri Hermawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Haines et al, 2019, goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A., Haines et al, 2019, & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019). Analisa Marketing Mix. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. Diakses tanggal 10 Januari 2024
- Handayani, R., & Muchlis, F. (2021). REVIEW: MANFAAT ASAM KLOOROGENAT DARI BIJI KOPI (*Coffea*) SEBAGAI BAHAN BAKU

KOSMETIK. *FITOFARMAKA: Jurnal Ilmiah Farmasi*, 11(1), 43–50.
Diakses tanggal 10 Januari 2024.
<https://journal.unpak.ac.id/index.php/fitofarmaka/article/view/FJIF.v11i1.2357>

Intani, R. (2016). Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap. *Disertasi*, 12(2), 1–15. Diakses tanggal 20 Januari 2024
<https://jurnal.stieykp.ac.id/index.php/prima-ekonomika/article/view/120>

Jannah, A., Satria, D., & Fitri, D. (2023). *CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Grosirshop_Stuff dalam Promosi Penjualan*. 1(4), 379–386. Diakses tanggal 24 April 2024. <https://journal.lps2h.com/cendekia/article/view/44>


Istiqomah. (2019). *Keselarasan Desain Komunikasi Visual dengan Pesan Dakwah dalam Instagram @Islamiposter*. Diakses tanggal 15 Januari 2024
<http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/10844/1/1501026071.pdf>

Kurnia, I., & Tresna Wiwitan. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Bahagia Kopi melalui Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(1), 263–269. Diakses tanggal 15 Januari 2024
<https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i1.6782>

Lagorio, Christine (27 Juni 2011). "Kevin Systrom and Mike Krieger, Founders of Instagram". Diakses tanggal 26 November 2023.
<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Mufidah Lailatul, K. T. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (TERINTEGRATED MARKETING COMMUNICATION/IMC) RUMAH AQIQAH JAKARTA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN*. 7(3), 6. Diakses tanggal 20 januari 2024
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57459>

Munawwir. (2022). Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas

- Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Yogyakarta. In *Core.Ac.Uk*.
- Nabilla, & Rifani, A. (2020). Pengaruh Media Promosi Instagram Dan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Ukm Doctor Fashion Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol 2*(Issue 1), Pges 51-60. Diakses tanggal 15 Januari 2024 <https://jsmk.ulm.ac.id/index.php/jsmk/article/download/1/1>
- Putra, N. P., & Palupi, M. A. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Cold 'N Brew Melalui Instagram Dalam Menciptakan Kesadaran Merek*. Diakses tanggal 10 Januari 22024 <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/88933>
- Patria ratna. (2019). *5 fitur instagram terbaru untuk bisnis online*. Diakses tanggal 10 Januari 2024 <https://www.domainsia.com/tips/5-fitur-instagram-terbaru-untuk-bisnis>
- Ririantoro Saputri, P. G. (2021). *Strategi Pemasaran Terpadu Di Tk Hasanudin Semarang*. 1–46.
- Sengupta, Somini; Perlroth, Nicole; Wortham, Jenna (13 April 2012). "Behind Instagram's Success, Networking the Old Way". The New York Times. Diarsipkan dari versi asli  tanggal 14 April 2012. Diakses tanggal 26 November 2023* <https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Instagram>
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah*, 212. Diakses Tanggal 05 Januari 2024. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558554/perilaku-konsumen>
- Widiyanti, Wiwik. 2017. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Media Iklan Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Ninebox (Studi Kasus pada *follower @tempattasdotcom*). Akademi Sekretari Manajemen BSI : Jakarta.
- Widya, A. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Al'Cal Coffee Dalam Branding #Doafirstthencoffee Di Instagram. In *Angewandte Chemie International Edition*,

6(11), 951–952. (Issue Mi). Diakses tanggal 05 Januari 2024.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57657>

Yani Andri, M. (2020). Analisis Integrated Marketing Communication (IMC) Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, Imc*, 1–83.

Zuhri, S. (2019). Desain Komunikasi Visual Pada Kue Bosang Makassar Di Sosial Media Instagram. *Desain Komunikasi Visual Pada Kue Bosang Makassar Di Sosial Media Instagram*, 24. Diakses tanggal 05 Januari 2024.
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/harmoni/article/view/13772>