

DAFTAR PUSTAKA

- APJII, A. P. (2018). *Laporan Survey Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Indonesia: Polling Indonesia.
- Cuponation. (2019, October 18). Retrieved from Cuponation.co.id: <https://www.cuponation.co.id/magazin/indonesia-berada-pada-peringkat-ke-empat-pengguna-facebook-dan-instagram-terbanyak>
- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Prromosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *e-Proceeding of Management*, 175.
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2015). Social Media Marketing and Advertising . *The Marketing Review*, 289-309.
- Edy, I. C., & Brotojoyo, E. (2017). Kajian Model Empiris : Pengaruh Media Sosial Terhadap Life Style dan Keputusan Pembelian. *Prosiding Seminar Nasional Geotik*.
- Filo, K., Lock, D., & Karg, A. (2015). Sport and Social Media Research : A Review. *Sport Management Review*, 166 - 181.
- Fredik, T. F., & Dewi, S. I. (2018). Analisis Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *JISIP, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Techniques to Spread the Word About Your Business*. New York: McGraw-Hill Education.
- ICO, I. C. (2019). *Total production by all exporting countries In thousand 60-kg bags*. London: Organization International Coffee.
- ICO, I. C. (2019). *World coffee consumption in thousand 60-kg bags*. London: International Coffee Organization.
- J. Paul Peter, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kementerian Perindustrian, R. I. (2017). *Peluang Usaha IKM KOPI*.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management 13th Edition*. England: Frenchs Forest, NSW : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. England: Pearson.
- Kuncoro, M. (2004). *Metode kuantitatif: teori dan aplikasi untuk bisnis dan ekonomi*. Yogyakarta: UPP AMP YKN.

- Mileva, L., & DH, A. F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *JAB, Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Sa'adah, L. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Electronic Word of Mouth (EWOM) Sebagai Variabel Intervening Pada Cake ASIX (A6) Malang.
- Setiawan, I., & Savitry, Y. (2016). *"New Content Marketing" Gaya Baru Pemasaran Era Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawati, M. (2015). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
- Solis, B. (2010). *Engage : The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2015). *Social Media Marketing*. London: Sage Publications Ltd.