

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, S. . M. ., Dr.Hadita, S. P. M. ., M.Fadhli, S. . M. ., & Jumawan, S. . M. . (2022). *Manajemen Pemasaran* (J. H.B.A (ed.); 1st ed.). Rena Cipta Mandiri.
- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount on Medcom.Id Online News Portal. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460–470. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.826>
- Citra, S., Damaris.Y, K., Kristanty.M,N, N., Acai, S., Jofret.U.S.P, D., Rokhiman, Popy.N, P., Dedy.R, S., Gunawan, & Hapifah. (2022). *Manajemen Pemasaran* (Hartini (ed.); 1st ed.). Media Sains Indonesia.
- Devi Rahmasari Sinambela, W. (2019). Pengaruh Srategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Prima Motor Pasir Pengaraian.. *Ekonomi, Fakultas Methodist, Universitas Methodist Indonesia*, 5, 67–74.
- Daniel, S. . M. ., & Yoseph, S. M. S. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital* (R. Elly & P. A. Suria (eds.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Fahria, S. (2022) “Konsumsi Minuman Manis Kemasan Pada Mahasiswa Prodi Gizi Universitas Negeri Surabaya”, *Gizi Unesa*, 2(1), pp. 95-99. Available at: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/GIZIUNESA/article/view/45241> (Accessed: 9August2024).
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., Hellyani, C. A., & Malang, K. (2023). *A Study on the Positive Impact of Digital Visibility on Marketing for Micro, Small, and Medium Enterprises* . 1(3), 92–101.
- Huang, G. (2020). Platform Variation and Content Variation on Sosial Media: A Dual-Route Model of Cognitive and Experiential Effects. *Journal of Promotion Management*, 26(3), 396–433. <https://doi.org/10.1080/10496491.2019.1699633>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian*. 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25>

- Jokom, R. (2018). Persepsi Follower Terhadap Pemasaran Restoran melalui Instagram di Surabaya. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 11(1), 20. <https://doi.org/10.26740/bisma.v11n1.p20-32>
- Kotler, Philip, K. L. K. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga, 27.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Page 1 Prinsip-prinsip Pemasaran i Edisi keduabelas Jilid 1 Philip Kotler Northwestern ... (PDFDrive).pdf* (pp. 1–367). penerbit Alfabeta,Bandung.
- Maria Apriyani. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Merek Frestea. *Institutional Repositories & Scientific Journals*, 26–67.
- Nandita, K. F. N., Pradipa, B. D., Wati, L. S., Azzahra, M. N., & Dewanto, S. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Ramen Series. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 1(2), 141–153. <https://doi.org/10.20961/meister.v1i2.772>
- Octavia, D., & Nurlatifah, E. (2021). *Sosialisasi Pemasaran Digital Dengan Cara Membangun Brand bagi Cafe StoenHouse di Desa Lebak Muncang. Desember.*
- Pradana, A. S. (2023). *Pengaruh Sales Promotion Pada Konten Instagram @ Cyexpo Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konser Musik Communication Youth Expo 2022*. 3, 6520–6531.
- Purbohastuti, A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4, 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Putri Anggoro, M. E. O., & Pranata, L. (2020). Pengaruh Komunikasi Dan Konten Visual Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi Di Sweetescape Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 6(2), 79–82. <https://doi.org/10.30813/jhp.v6i2.2415>
- Putri Pribadi Gizi, S., Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, F., & Ruhana Gizi, A. (n.d.). *Perbedaan Konsumsi Gula Selama Stres Akademik antara Mahasiswi Gizi dengan Mahasiswi Non Perbedaan Konsumsi Gula*

Selama Stres Akademik Antara Mahasiswi Gizi Dengan Mahasiswi Non Gizi Angkatan

2018 Universitas Negeri Surabaya.

Ramadhayanti, A. (2019). Analisis Gaya Komunikasi Pemasaran Online Dan Pengembangan Infrastruktur E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(3), 216.

Savitri, C., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Hendrayati, H. (2021). The role of sosial media marketing and brand image on smartphone purchase intention. *International Journal of*

Savitri, C., & Maemunah, M. (2021). Brand Switching Model Against Consumer Dissatisfaction on the Shopee Marketplace to Other Marketplaces. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik (JMIL)*, 5(2), 171–180. <http://dx.doi.org/10.30988/jmil.v5i2.1153171><http://jurnal.poltekapp.ac.id/>

Statistik, B. P. (2023). Bisnis Kuliner Di Indonesia. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-533-pada-kuartal-i2023>

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. penerbit Alfabeta, Bandung.

Tiara Brescia Putri, Citra Savitri, S. P. F. (2019). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Pengaruh Konten Pemasaran Dan E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Kabupaten Karawang*, 1(19), 91–97. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i>

Yuli Asih, G., Hardani Widhiastuti, Ms., & Rusmalia Dewi, P. (n.d.). *Stres Kerja*.

Zainurossalamia ZA, S., Tricahyadinata, I., Robiansyah, R., Darma, D. C., & Achmad, G. N. (2021). Storytelling Marketing, Content Marketing, and Sosial Media Marketing on the Purchasing Decision. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Sosial Sciences*, 4(3), 3836–3842. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2150>

