

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Octavia, N. P. A. Y. F., Satriawan, T. M., Yulianah, S., Yusuf, M., Irwansyah, R., Moonti, A., Adiek Astika Clara Sudarni Budiani Fitria Endrawati, S., Armiani, & Tabun, S. U. A. M. A. (2022). Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern). In *Seval Liiterindo Kreasi (SEVAL)* (Vol. 5, Issue 3).
- Angela, Z., & Siregar, O. M. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Store Atmosphere Terhadap Tingkat Kunjungan Konsumen pada Cafe Taman Selfie Binjai. *E-Proceeding Senriabdi*, 1(1), 417–433.
- Eka Puspitasari, A., Yani, D., Isyanto, P., & Yanthy Yosepha, S. (2023). Strategi Pemasaran Rumah Makan Saung Kabogoh Melalui Social Media Instagram Cabang Nagasari Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Surya Pasca Scientia* /, 12, 29–38.
- Fatma, N., Irfan, N. F., & Latiep, I. F. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga dan Kualitas Produk. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 533–540.
- Hubner, I. B., Virgiana Wijaya, J., & Dwi Nugraha, K. (2022). efektivitas media sosial instagram sebagai media promosi produk flash coffee di jabodetabek. *jurnal bangun manajemen*, 1(2), 73–79. <https://doi.org/10.56854/jbm.v1i2.94>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Muharam, A., Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk Boci Baso Aci. *E-Proceeding of Applied Science*, 7(4), 625–634.
- 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.
- Rachman Jonni, R., & Hariyanti, P. (2021). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffee Roastery Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(2), 119–134. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss2.art5>
- Refilia, D., & Fornio Barusman, A. (2022). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Kafe Putti Kedaton, Bandar Lampung.

SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi, 1(3), 341–350.

<https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.275>

Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>

Sumarni, N., Suherman, E., & ... (2022). Strategi Promosi Pariwisata Goa Dayeuh Desa Tamansari Melalui Media Sosial. *Prosiding ...*, 1034–1058. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/ProsidingKNPP/article/view/2550>

Ubaedilah, N., Isyanto, P., & Darojatul Romli, A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Impulsif Pada Pengguna Tiktok Shop. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 46–56. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.875>

Utami, F. Z., Suryadi, A., & Widiarti, A. (2021). Pengaruh penggunaan promosi media sosial dan harga terhadap minat beli konsumen pada produk cafe hazey. *Jbes*, 2 No. 2, 36–49.

Widyanti, R., Si, M., & Si, M. (2018). *Editor* : 1–26.



KARAWANG