

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Qadir, M., & Ramli. (2024). Media sosial (definisi, sejarah, dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan*, 3(3), 2713–2724.
- Afifah, M. (2021). *Peran akun Instagram @kebunrefugiamagetan sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung wisata Kebun Refugia Magetan* (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Aisyah, A. (2025). *Analisis pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi wisata sejarah Museum Bacharuddin Jusuf Habibie Kota Parepare* (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Alam, A. S., Zikri, F., & Gibran, M. (2023). Pengaruh penggunaan sosial media Instagram terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen di Cafe Sela Kopi Cianjur. *Agroscience*, 13(1), 37–53.
- Alam, W. Y., et al. (2023). *Sosial media dan strategi pemasaran*. CV. Mega Press Nusantara.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. (2016). Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Amalia, C. A. C. (2025). *Penggunaan Instagram sebagai media promosi kuliner Kota Semarang (Studi kasus pada akun @kakilimasemarang)*. Universitas Semarang.
- Andika, R. (2023). *Pengaruh suasana toko (store atmosphere) dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada Piene Coffee Bandar Lampung*. Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan fitur Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran kedai Babakkeroyokan di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 178–180.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. PT Rineka Cipta.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., et al. (2021). Analisis peran media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920–8928.
- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). Analisis perkembangan coffee shop sebagai salah satu peranan UMKM di Kota Metro. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2), 140–147.

- Azwar, S. (2011). *Metodologi riset*. Pustaka Pelajar.
- Cibro, I., Maharani, P., & Aguspiiana, Y. (2024). Analisis pengaruh social digital marketing Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen pada coffee shop di Pekanbaru. *Jurnal Administrasi Bisnis dan Ilmu Sosial*, 2(3).
- Damayanti, R. (2018). Diksi gaya bahasa dalam media sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka IKIP Darma*, 5(3), 261–278.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2014). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi ke-4). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Girsang, D., & Sipayung, N. L. (2021). Peran Instagram terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata Bukit Indah Simarjarunjung. *Jurnal Darma Agung*, 29(3), 416–428.
- Gusfi, D. A., et al. (2024). Pengaruh user experience terhadap customer satisfaction dengan e-service quality sebagai mediator pada Blibli: A conceptual paper. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(2), 2011–2023.
- Hidayah, C. I. N., & Aryano, V. D. W. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi Instagram terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *Economic and Digital Business Review*, 5(1), 373–383.
- Huberman, M. B. M., & Miles, A. M. (2014). *Analisis data kualitatif*. Universitas Indonesia Press.
- Irawan, E. (2023). Konsep strategi word of mouth marketing dalam peningkatan pengembangan bisnis. *Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1(3).
- Khairunisa, R., & Rasyid, A. (2025). Strategi pemanfaatan media Instagram sebagai media promosi kuliner. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 341–351.
- Masturi, S. A. (2023). *Penggunaan Instagram dalam mempromosikan objek wisata*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Moleong, L. J. (2011). *Metode penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2006). *Metodologi kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution. (1998). *Metode penelitian naturalistik kualitatif*. Tarsito.
- Nasution. (2011). *Metode research*. Bumi Aksara.

- Pratiwi, V. T. (2023). *Strategi komunikasi pemasaran melalui Instagram pada minat kunjungan wisatawan (Studi deskriptif kualitatif pada @obelixhills)* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Putra, N. W. (2024). *Pemanfaatan Instagram oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi sebagai media promosi wisata dan budaya lokal* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rahayu, M. S. (2025). *Aplikasi media sosial*. Serasi Media Teknologi.
- Rahmi, D. (2024). *Pemanfaatan media sosial Instagram @bujangdarabengkalis dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten Bengkalis* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Sanasintani. (2020). *Penelitian kualitatif*. Selaras Perum.
- Sari, Y. R., Erawan, E., & Sabiruddin. (2022). Peran media sosial Instagram dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan. *Journal Ilmu Komunikasi*, 10(3), 169–179.
- Soekanto, S. (2002). *Sosiologi suatu pengantar*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.
- Tanzeh, A., & Suyitno. (2006). *Dasar-dasar penelitian*. Elkaf.
- Tohirin. (2012). *Metode penelitian kualitatif dalam pendidikan*. Rajawali Pers.
- Torang, S. (2014). *Organisasi & manajemen*. Alfabeta.
- Trisnawati, T. (2024). *Analisis konten media sosial Instagram di objek wisata Curug Cinulang melalui the 7C framework* (Skripsi). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Valiant, L. A. S., & Velantin. (2022). Pemanfaatan media Instagram sebagai media promosi penjualan. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(3), 286–287.
- Wahyudi, D. G., & Satriyono, G. (2022). Gaya hidup konsumen coffee shop di Kota Kediri. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 477–487.
- Wiky, H. (2024). *Peran media sosial Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Yin, R. K. (2011). *Studi kasus: Desain dan metode*. Rajawali Pers.

Yustisia, K., Patricia, L., & Tanjung, V. D. (2022). Peranan produk dan promosi dalam meningkatkan minat kunjungan. *Journal of Event, Travel and Tour Management*, 2(1), 38–45.

Zulnair, D. (2017). *Desain publikasi dan promosi kedai coffee 74*. STMIK Atma Luhur.