

DAFTAR PUSTAKA

- Advernesia. (2018). *Cara Uji Normalitas SPSS Shapiro-Wilk dan Kolmogorov-Smirnov*. Diakses pada tanggal 1 September 2022 dari <https://www.advernesia.com/blog/spss/cara-uji-normalitas-spss-shapiro-wilk-dan-kolmogorov-smirnov/>
- Aisyah, Novia. (2021). *Contoh Iklan, Jenis dan Media yang Digunakan untuk Membuatnya*. Diakses pada tanggal 3 Agustus 2022 melalui <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5567268/contoh-iklan-jenis-dan-media-yang-digunakan-untuk-membuatnya>
- Arfah, Yenni. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang : PT. Inovasi Pratama Internasional. Diakses pada tanggal 8 Juni 2022 dari https://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pembelian_Produk/nTxIEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=keputusan+pembelian&pg=PA4&printsec=frontcover
- Arkananta, M. B., Ardiansah, R., Camilia, J. (2021). Inilah Fitur Instagram yang Dapat Membantu Anda dalam Memasarkan Produk. Daya. Diakses pada tanggal 10 Juni 2022 dari <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pemasaran/inilah-fitur-instagram-yang-dapat-membantu-anda-dalam-memasarkan-produk> .
- Cahyono, Tri. (2015). *Statistik Uji Normalitas*. Baturaden: Yayasan Sanitarian Banyumas.
- Dahwilani, Dani M. (2019). *Data dan Fakta Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia*. Diakses pada tanggal 25 April 2022 dari <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- Darma, Budi. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. DKI Jakarta: Guepedia.
- Faadihilah, Nurtiaz A. (2020). *Menjamurnya Coffee shop di Yogyakarta, Siapa yang Diuntungkan*. Diakses pada tanggal 1 Juni 2022 dari <https://kumparan.com/arkhan-nurtiaz-faadihilah/menjamurnya-coffee-shop-di-yogyakarta-siapa-yang-diuntungkan-1uTqxglj0cX/full>
- Hariningsih, Endang. (2013). Internet Advertising sebagai Media Komunikasi Pemasaran Interaktif : *Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta*, 1 (2), 12.
- Hidayat, Anwar. (2017). Cara Hitung Rumus Slovin Besar Sampel. Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 melalui <https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html>

- Hertanto, Eko. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 melalui <https://pdfcoffee.com/perbedaan-skala-likert-lima-skala-dengan-pdf-free.html>
- Influencer 101. (2021). *Apa itu Engagement Rate dalam Media Sosial, Influencer wajib tahu*. Diakses pada tanggal 29 April 2022 dari <https://influencer101.id/apa-itu-engagement-rate/>
- International Coffee Organization (ICO). (May 2021). World Coffee Consumption. Diakses pada tanggal 25 April 2022 dari <https://www.ico.org/prices/new-consumption-table.pdf>
- Pandangan Jogja. (3 September 2022). *Ada 3000 Kedai Kopi di Seluruh Yogya, Terpadat di Indonesia*. Diakses pada tanggal 19 Oktober 2022 dari <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBAIgdYg/full>
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022 : Indonesia* . Diakses pada tanggal 27 April 2022 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. English: Pearson
- Kristiani, Nuning. (2017). Analisis Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Jenis Media Sosial terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Yogyakarta : *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta*, 24 (2), 196
- Kurniawan, A. W & Puspitaningtyas, Z, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandida Buku.
- Legasari, Vionita E., dkk. (2013). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Efektivitas Iklan Dan Sikap Konsumen Pada Sabun Pemutih Wajah Merk Oil of Olay Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 1-15.
- Lukitaningsih, Ambar. (2013) Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2), 116-129
- Mardiastika, Ema. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Film, Efek Komunitas dan Persepsi Harga terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya terhadap Minat Menonton: *Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*. 15.
- Meiryani (2021). Memahami Uji T dalam Regresi Linear/ Diakses pada tanggal 31 Juli 2022 melalui <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20t%20dilakukan%20untuk%20menguji,secara%20parsial%20terhadap%20variabel%20terikat.>
- Morissan (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group. Diakses pada tanggal 8 Juni 2022 melalui

<https://books.google.co.id/books?id=U9xDDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

- Nilapradnya, Adira P. (2019). *Pengaruh Iklan melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Loffle di Kota Semarang*. Skripsi. Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Soegijapranata. <http://repository.unika.ac.id/19551/>
- Priyastama, Romie. (2020). *The Book of SPSS Pengolahan & Analisis Data*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Redcomm. (2021). *Rumus Menghitung Engagement Rate Instagram untuk Keperluan Campaign*. Diakses pada tanggal 29 April 2022 dari <https://redcomm.co.id/knowledges/rumus-menghitung-engagement-rate-instagram-untuk-keperluan-campaign>
- Riyantoro, Bagus. (2013). Efektivitas Iklan melalui Jejaring Sosial sebagai Salah Satu Strategy Pemasaran Keripik Pedas Maichi: *Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma*, 5, 258.
- Salim & Syahrur. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Setiawan, Sobur. (2019). *Analisis Korelasi & Regresi Linear Sederhana*.
- Suasana Tugu Yogya di Kebon Ndalem Coffee and Eatery*. Diakses pada tanggal 25 April 2022 dari <http://wargajogja.net/bisnis/menikmati-suasana-tugu-yogya-di-kebon-ndalem-coffee-and-eatery.html>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardi, A., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Kimber (@Kimbershoe). *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(2), 144-156
- Tanomi, Romy .V. (2012). Pengaruh Iklan terhadap Niat Beli Konsumen melalui Citra Merek dan Sikap pada Minuman Isotonic Mizone di Surabaya : *Jurnal Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1 (6).
- Widyastuti, Sri. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila.
- Wisata Malam Tugu Jogja, Tempat Ikonik untuk Selfie* . (19 Feb 2021). Diakses pada tanggal 13 May 2022 dari <https://visitingjogja.jogjaprovo.go.id/31146/wisata-malam-tugu-jogja-tempat-ikonik-untuk-selfie/>
- Yuliara. I Made. (2016). *Modul Regresi Linear Sederhana*. Bali: Universitas Udayana.

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Nusa Tenggara Barat : Forum Pemuda Aswaja

