

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.; Cetakan 1). CV. Syakir Media Press.
- Anugerah, D. T., & Hidayat, A. M. (2018). Implementasi Event Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Niion Indonesia Utama Tahun 2018 The Implementation Of Event Marketing And Social Media Marketing To Purchase Decision In Pt. Niion Indonesia Utama On 2018. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(2), 305–312.
- Azizah, R. (2015). *Angkringan Sebagai Unsur Tradisional Tempat Interaksi Sosial Masyarakat Perkotaan (Studi Deskriptif Analisis di Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Dahmiri. (2020). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Equity terhadap minat beli. *Kinerja*, 17(2), 194–201.
- Direktorat Statistik Kesejahteraan Rakyat. (2022). *Statistik Pemuda Indonesia 2022*.
- Firmansyah, D. W. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial melalui Brand Ambassador pada Cakekinian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 7(2), 1–16.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media, Ed.; Cetakan Pertama). CV. Penerbit Qiara Media. <https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Haikal, I. H., Ohorella, N., & Edy, P. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *Mukasi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Handayani, B., Moekahar, F., Daherman, Y., & Alfani, H. (2020). Social Media Marketing Sebagai Sarana Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Socio-Technopreneurship Di Universitas Islam Riau. *Jurnal Roset Komunikasi*, 3(2), 177–193.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazali, Ed.; Cetakan Pertama). Wal Ashri Publishing.
- Karunia, R., Akbar, M., & Rizal, S. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Browcyl Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Kuliner di Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 15–20.

- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.
- Kusumastuti, R. D., & Kusuma, A. S. (2022). *Angkringan Sebagai Ruang Publik Dan Sarana Interaksi Sosial Di Kota Bogor*. 5(1), 91–105.
- Luthfiah, Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Malini, H. (2021). Gaya Konsumsi dan Perilaku Konsumen Generasi Z di Warung Kopi. In *Prosiding Seminar Nasional SATIESP*.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23–38.
- Nirwana, D. A., & Khuntari, D. (2021). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Pada @Celyne.Official. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 36–48. <https://doi.org/10.56873/jimik.v5i2.147>
- Pratiwi, R. W. (2022). Persepsi Anak Muda di Surabaya Mengenai Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan. *Tahun*, 05(02), 238–248.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common* |, 3(1), 71–80.
- Ramli, M. F. (2022). *Pengaruh Budaya Nongkrong Pada Masyarakat Urban Di Kota Sinjai*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/nqegs>
- Sari, D. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kuliner Pedagang Kaki Lima Sate Gunung Tigo Pada Masyarakat Kabupaten Karimun Kepulauan Riau* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Sidiq, U., & Choiri, Moh. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (A. Mujahidin, Ed.). CV. Nata Karya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-19). ALFABETA.

- Triananda, S. F., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9106–9110.
- Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus di SD Luqman Al Hakim Surabaya). *An-Nida': Jurnal Prodi KomunikasidanPenyiaran Islam*, IX(2), 95–119.
- We Are Social. (2023). *Special Report Digital 2023*. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Widiyono, S. (2019). Pengembangan Nasionalisme Generasi Muda di Era Globalisasi. *Jurnal Populika*, 7(1), 12–21.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi The Type Of Descriptive Research In Communication Study. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83–90.