

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, Anang (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (planning & strategy)*, Edisi 1, Pasuruan: Penerbit Qiara Media
- Firmansyah, Anang (2020), *Komunikasi Pemasaran*, Edisi 1, Pasuruan: Penerbit Qiara Media
- Keller, K. L dan Vanitha Swaminathan (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Edisi 5, New York: Pearson
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17, London: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, dan Alexander Chernev (2022), *Marketing Management*, Edisi 16, Boston: Pearson Education.
- Muljono, Ryan Kristo (2018), *Digital Marketing Concept*, Edisi 1, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Percy, Larry (2018), *Strategic Integrated Marketing Communications*, Edisi 3, New York: Routledge.
- Panuju, Redi. (2019), *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: Prenadamedia.
- Shimp, Terence A. dan J. Craig Andrews (2018), *Advertising, Promotion, and other Aspects of Integrated Marketing Communications*, Edisi 10, South-Western: Cengage Learning.
- Sugiyono dan Puji Lestari (2021), *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*, Edisi 1, Bandung: Alfabeta
- ‘Data Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Rupiah/Kapita/Minggu), 2022’ , 2023, Badan Pusat Statistik, diakses pada 28 November 2023 <https://jakarta.bps.go.id/indicator/5/129/1/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-minuman-jadi-.html>
- Anggela, Ni Luh (2023), *Prospek Bisnis Makanan dan Minuman Masih Seksi dan Menarik pada 2023*, diakses 16 November 2023, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230602/12/1661636/prospek-bisnis-makanan-minuman-masih-seksi-dan-menarik-pada-2023>.

- Rizaty, Monavia Ayu (2023), *Penjualan Es Krim di Indonesia Capai Rp15,86 Triliun pada 2022*, diakses pada 16 November 2023, <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/penjualan-es-krim-di-indonesia-capai-rp1586-triliun-pada-2022>
- Christiani, Theresia E. (2020), *Analisis Strategi Media Sosial dalam Membangun Brand Image (Studi pada Instagram FujiFilm Indonesia)*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Mercu Buana.
- Hasim, H. dan Apriliani, P. (2021), *Strategi Komunikasi Pemasaran Scoop dan Skoop Dalam Membangun Brand Image*. Jurnal Indonesia Sosial Teknologi.
- Saifuddin, Akhmad (2022), *Strategi Komunikasi Pemasaran “Beli Kopi” dalam Membangun Brand Image*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya.
- Wainira, Maria A. D., et al (2021), *Jurnal: Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @kopipapaganteng)*. Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Wibowo, Irene (2022), *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Flash Coffee Indonesia melalui Brand Ambassador dalam Membangun Citra Merek*. Jurnal: Ilmu Komunikasi. LSPR Institute of Communication & Business.