

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku:

- Barker, C. Pistrang, N & Elliot, R (2016). *Research Methods in Clinical Psychology*. (3rd ed.). John Wiley & Sons, LTD, Chichester UK
- Griffin, J. (2015). *Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Hasan, A. (2015). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2, Cetakan ke-5). Bandung: Alfabeta.

B. Jurnal:

- Anggraeni, T. M. (2025). *Pengaruh digital marketing, social media engagement, dan customer trust terhadap loyalitas wisatawan (Studi pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen)*.
- Alamsyah, D., Wirman, A., & Martono, D. (2021). *Analisis viralitas informasi pada YouTube*. *Wahana: Jurnal Ilmiah*, 28(2), 145–156. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/view/1601/126>
- Dewiningrat, A. I. (2022). *SOCIAL MEDIA AS MARKETING TOOL IN COFFEE INDUSTRY: A LITERATURE REVIEW*.
- Fauziyah, A. N. (2026). *Peran aktivitas social media marketing terhadap customer brand engagement dan dampaknya bagi brand loyalty di akun Instagram Starbucks Indonesia*.
- Fauziyah, N. (n.d.). *Peran aktivitas social media marketing terhadap customer brand engagement dan dampaknya bagi brand loyalty di akun Instagram Starbucks Indonesia*.
- Farizal, A., & Fitralisma, G. (2021). *Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Telor Asin UD*. Ratu Sari Marketing Mix Analysis on UD Salted Eggs. Queen Sari. *Journal Economics and Management (JECMA)*, 2, 10–18.
- Lestari, N. P. (2021). *Analisis indikator viralitas konten media sosial dalam strategi komunikasi digital*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, 4(2), 88–99. <https://jurnal.undip.ac.id/jikn>
- Mardiah, A., Rifanda Putri, N., Gifari Sono, M., & Eka Putra, J. (2026). *Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Era Digital*. 5, 5464.
- Marliani, L. (2018). *Definisi administrasi dalam berbagai sudut pandang*. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 5(4), 120–129. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/dinamika/article/view/1743/140>

7

- Nurharpani. (2020). Perkembangan ilmu administrasi dan fungsinya untuk mendukung perkembangan ilmu administrasi. *Ensiklopedia Social Review*, 2(1), 35–45. <https://jurnal.ensiklopediaku.org/ojs-2.4.8-3/index.php/sosial/article/view/415/399>
- Pariasih, E. (2026). Efektivitas pendekatan konten viral di media sosial Instagram Kementerian Pertanian. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>
- Pariasih, E., & Apriliyanti, F. (2025). Efektivitas pendekatan konten viral di media sosial Instagram Kementerian Pertanian. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 13(1), 1–12. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium/article/view/8670>
- Pradipta, R. A. (2021). Analisis social media engagement dalam strategi komunikasi pemasaran digital pada platform Instagram. *Jurnal Komunikasi dan Media (JKM)*, 5(2), 134–145. <https://journal.uin-suka.ac.id/isoshum/jkm>
- Putra, R. A., & Astuti, S. (2020). Analisis strategi pemasaran terhadap peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 45–57. <https://doi.org/10.21009/jebi.05.02.04>
- Putri, A. D., & Yulianto, E. (2022). Analisis indikator social media engagement terhadap efektivitas komunikasi pemasaran digital pada platform Instagram. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 45–56. <https://jurnal.ub.ac.id/jmk>
- Putri, F. M., Salqaura, S. A., & Lubis, A. (2025). Pengaruh viralitas meme marketing, brand image, dan brand personality terhadap brand engagement dan loyalitas konsumen. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 7435–7444. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1884>
- Rachman, Z. A., Putra, S. A., Argya, R., Herdiyanto, D., Lintang Pratiwi, A., & Informasi, S. (2023). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Teknologi Informasi*, 4(2). <https://doi.org/10.46576/djtechno>
- Siburian, R., Siregar, M., & Harahap, D. A. (2023). *The effect of social media engagement on customer loyalty through customer trust in digital marketing*. *Journal of Business and Management Studies*, 5(2), 112–120.
- Srimulyani, V. A., & Hermanto, Y. B. (2022). Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Motivation on Micro and Small Business Success for Food and Beverage Sector in East Java, Indonesia. *Economies*, 10(1). <https://doi.org/10.3390/economies10010010>

- Triwi Mey Anggraeni. (2025). *Pengaruh digital marketing, social media engagement, dan customer trust terhadap loyalitas wisatawan (Studi pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen)*.
- Tanaman, P., Di, P., & Karawang, K. (2016). *Analisis regresi linier berganda dalam estimasi produktivitas tanaman padi di kabupaten karawang 1,2)*. 117–128.
- Farizal, A., & Fitralisma, G. (2021). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Telor Asin UD. Ratu Sari Marketing Mix Analysis on UD Salted Eggs. Queen Sari. *Journal Economics and Management (JECMA)*, 2, 10–18.
- Wicaksono, B. B. (2022). *Sains manajemen: Jurnal Manajemen Unsera Pengaruh Pemasaran Digital dan Variasi Produk Terhadap Perkembangan UMKM di Masa Pandemi COVID-19 (Survey Terhadap Pelaku UMKM di Provinsi Banten)*. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/>
- Wulandari, A., & Rahayu, D. (2019). Peran strategi manajemen pemasaran terhadap daya saing produk UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(3), 55–66. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jmk>
- Yovanda, E., Rahman, A., & Anggriani, I. (2022). The influence of customer experience and trust on customer loyalty PT. Lion Parcel Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan*.

C. Sumber Lain:

- Badan Pusat Statistik. (2026). *Statistik penyediaan makanan dan minuman 2023*. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Bandung. (2026). *Jumlah usaha mikro, kecil dan menengah berdasarkan jenis usaha di Kota Bandung [Dataset]*. Opendata Bandung. <https://opendata.bandung.go.id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-berdasarkan-jenis-usaha-di-kota-bandung>
- Sektor Food & Beverage (F&B). (2023). *Statistik penyediaan*. Badan Pusat Statistik Indonesia.