

DAFTAR PUSTAKA

- Ermaningtiastuti, C. (2022). Peran Media Sosial dalam Strategi Digital Marketing. In *Marketeers*. <https://www.marketeers.com/peran-media-sosial-dalam-strategi-digital-marketing/>
- Feradhita. (2020). Pengertian Promotion Mix Beserta Contoh-Contohnya. In *Logique*. <https://www.logique.co.id/blog/2020/11/09/promotion-mix/>
- Gisha, S. (2023). Pengertian Minat Beli Menurut Ahli. In *Kompas.com*. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/06/14/140000869/pengertian-minat-beli-menurut-ahli>
- Julius, N. (2024). Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024. In *Upgraded.id*. <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Kelaswara, J. P. (2024). Instagram sebagai Media Promosi dan Pemasaran: Analisis Efektivitasnya. In *Medium*. <https://medium.com/@jasminepuspitakelaswara/instagram-sebagai-media-promosi-dan-pemasaran-analisis-efektivitasnya-a9b6fc2ea68d>
- Kumparan.com. (2023). Pengertian Media Sosial, Ciri-ciri, dan Fungsinya. In *Kumparan*. <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-media-sosial-ciri-ciri-dan-fungsinya-20NLhAo6t3k/full>
- Lianovanda, D. (2023). Branding: Pengertian, Unsur-Unsur, dan Manfaatnya bagi Bisnis. In *Skill Academy*. <https://blog.skillacademy.com/apa-itu-branding>
- Mardiana, A. (2023). Perilaku Konsumen, Pengertian, Faktor Pengaruh, dan Pendekatannya. In *Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/ekonopedia/istilah-ekonomi/6572cb436ee06/perilaku-konsumen-pengertian-faktor-pengaruh-dan-pendekatannya>
- Maulana, I. (2022). Apa itu Promosi: Pengertian, Fungsi, Tujuan, & Cara Melakukannya. In *Niagahoster*. <https://www.niagahoster.co.id/blog/promosi->

adalah/

Muhammad, A. (2023). Apa Itu Branding? Berikut Tujuan, Manfaat, dan Jenis Branding. In *Niagahoster*. <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-branding/>

Sendari, A. A. (2019). Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya. In *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>

Setiawan, T. (2023). PUBLIC RELATION PR: MENGENAL, FUNGSI, JENJANG KARIR TUGASNYA. In *Mboton.net*. <https://www.mboton.net/public-relation-pr/>

University, B. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*. <https://communication.binus.ac.id/2022/12/17/pemanfaatan-media-sosial-sebagai-media-promosi/>

L

A

M

P

I

R

A

N



PEDOMAN WAWANCARA

Sasaran wawancara : Informan Pokok dan Informan Kunci

Subjek : Peran Instagram Sebagai Sarana Branding dan Media Promosi Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di @kopisoebengkulu

Informan Pokok

1. Pertanyaan:

Apakah Instagram digunakan oleh Kopi Soe Bengkulu untuk menarik perhatian dan minat konsumen? Seperti apa cara Kopi Soe menggunakan Instagram dalam menarik perhatian konsumen melalui tampilan visual, konten, promo, dan informasi?

2. Pertanyaan:

Apakah Instagram digunakan untuk membangun identitas merek Kopi Soe Bengkulu? Seperti apa cara menampilkan identitas merek melalui konten yang menarik, desain yang konsisten, serta interaksi dengan followers?

Informan Kunci

1. Pertanyaan:

Apakah konsumen pernah menunjukkan ketertarikan terhadap produk Kopi Soe setelah melihat Instagram? Seperti apa tanggapan konsumen terhadap informasi atau promosi yang mereka lihat di Instagram?

2. Pertanyaan:

Apa yang membuat Anda tertarik melihat atau mengikuti Instagram Kopi Soe Bengkulu? Seperti apa konten Instagram yang membuat Anda tertarik terhadap produk Kopi Soe ?

3. Pertanyaan:

Apakah tampilan Instagram Kopi Soe Bengkulu dapat menarik perhatian Anda?
Seperti apa pengaruh tampilan yang rapi dan estetik serta caption terhadap ketertarikan ?

4. Pertanyaan:

Apakah konten Instagram Kopi Soe Bengkulu membuat Anda tertarik terhadap produk yang ditawarkan? Konten seperti apa yang membuat Anda tertarik ?

5. Pertanyaan:

Apakah konten Instagram Kopi Soe Bengkulu dapat menarik perhatian dan minat Anda terhadap produk? Seperti apa konten yang membuat Anda tertarik terhadap Kopi Soe?













