

DAFTAR PUSTAKA

- Ainsworth, M. & Ballantine, P. (2017). Exploring the Role of Emotions in Consumer Experience and Brand Relationships. *Journal of Consumer Psychology*, 27(3), 409-421.
- Arianto, M., et al. (2022). *Pemodelan Bisnis Kopi Kenangan*. Telkom University.
- Bharata, W. & Wardhani, D. (2021). Pengaruh Cognitive Response Terhadap Purchase Intention Permen Kopiko Melalui Attitude Towards Advertising Sebagai Variabel Mediasi Pada Penonton Drama Korea Vincenzo. Vol.8 No.1.
- Carranza, R., et al. (2018). The Impact of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 35(1), 12-22.
- Apriliani, Y. B. (2017). *Analisis Positioning Abih Decoration Menggunakan Metode MDS (Multidimensional Scalling) di Bandar Lampung*. Skripsi thesis, IBI Darmajaya.
- Esensi Solusi Buana. (2024). Tentang Kami : Sejarah. <https://www.esb.id/id/tentang-kami>
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education.
- Mustajab, R. (2024, April 4). Data Kinerja Industri Makanan dan Minuman pada 2013-2023. Data Indonesia.id. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/data-kinerja-industri-makanan-dan-minuman-pada-20132023>. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2024.
- Putranto, A. (2020). *Pembangunan Layanan Web Pendukung Penerapan Customer Relationship Management Di PT. Esensi Solusi Buana*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rarasati, R. (2019). Pengaruh Terpaan Berita Satwa Laut yang Mati Akibat Sampah Plastik dan Kampanye Zero Waste terhadap Perilaku Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik. Universitas Diponegoro.
- Schwarzer, R., et al. (2008). Cognitive Responses and Behavior Change. *Journal of Behavioral and Cognitive Psychology*, 10(4), 323-338.
- Suryana. (2012). *Kewirausahaan: Pendekatan Praktis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yuliana, T., & Saputra, R. (2023). Analisis PESTLE dalam Pengembangan Bisnis Kuliner. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(1), 80-95.
- Lucas, M. (2021). *Data Analytics Strategist: A professional who formulates data analytics strategies and provides guidance on leveraging data to drive business growth and competitive advantage*. *Department of Computer Science, University of Cambridge*.
- Arief, A. F. (2024). *Ini Jenis Konten yang Paling Disukai Gen Z dan Milenial*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/konten-jenis-ini-yang-paling-disukai-gen-z-dan-milenial-LK7Hj>

- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 41-51.
- Andika, E. (2018). *Penerapan Strategi Event Marketing Untuk Meningkatkan Volume Pengunjung Di Hartono Mall Solo Baru*. Skripsi thesis, Universitas Sebelas Maret.
- Wijaya, W. T., & Dewi, I. C. (2023). Digital Marketing Communication Strategy Dalam Meningkatkan Brand Awareness KIMO Resort Pulau Banyak Aceh Singkil. Skripsi thesis, Universitas Ciputra Surabaya.
- Apendi, I. (2019). *Pengaruh Kepuasan Terhadap Motivasi Kedatangan Penonton DCDC Shout Out Daydi Kota Bandung*. Skripsi(S1) thesis, Universitas Pasudan.