

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto and Himawan Wijarnako. *Power Branding Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen PT Mizan Publika, n.d.
- Aam Mariam and Nila Nopianti. “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa / Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis).” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022): 2627–33.
- Abdurachman, Edi. *Panduan Praktis Teknik Penelitian Yang Beretika*. Edited by Hidayat. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022.
- Abdurrahman Konoras. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen - Rajawali Pers*. PT. Raja Grafindo Persada, 2021.
- Abin, David G, Deske W Mandagi, Lefrand S Pasuhuk, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. “Influence of Brand Image on Customer Attitude, Intention to Purchase and Satisfaction: The Case of Start-up Brand Pomie Bakery.” *Enrichment: Journal of Management* 12, no. 5 (2022): 3908–17. <https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/960>.
- Adhi Kusumastuti, Amad Muatamil Khoiron, Tofan Ali Achmadi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Amirza Dzatin Nabila. Sleman: Deepublish CV Budi Utama, 2020.
- Adi Prayogo. “Pengaruh Brand Image, Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen” 1, no. 4 (2023): 757.
- Agus, Panji Adam. “Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam.” *Mwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 1, no. 1 (n.d.): 153. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2172>.
- Ahmad, Ekayanti Hafidah. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Makassar: Pustaka Indonesia, 2023.
- Ahmad Izzuddin. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner” 3, no. 2 (2018).
- Ajat Rukajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2018.
- Al-Qur’an, Kementerian Agama RI cq Lajnah Pentashihan Mushaf. “Quran Kemenag.” Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/4>.
- Al-Qur’an. “Quran Kemenag.” Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/54>.
- Alam Bachtiar. *The Magic Of Influencer Bagaimana Memberi Nilai Pada*

- Diri Sendiri Dan Memikat Orang Lain*. Yogyakarta: Araska, 2022.
- Albari, Anggit Listyoningrum and Albari. “Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya.” *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 2, no. 1 (2017): 42. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol2.iss1.art4>.
- Albert Kurniawan. *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Almira Rasya Cantika and Kurnia Kurnia. “Kesesuaian Karakteristik Key Opinion Leader (KOL) Terhadap Efektifitas NCT Dream Sebagai KOL Somethinc.” *Prologia* 7, no. 1 (2023): 213–21.
- Amala, Supita, Budimansyah Budimansyah, and Vicky F Sanjaya. “Pengaruh Penggunaan Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Halal Safi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko TopShop Kota Bandar Lampung).” *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2, no. 2 (2021): 127–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i2.9622>.
- Aminar Sutra Dewi and Nanda Habiburahman. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Eleven March Store Kota Padang.” *Jurnal Economina* 2, no. 5 (2023): 1137. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i5.543>.
- Anik Ariyanti And Rochmad Fadjar Darmanto. “Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics.” *December 30, 2020* 17, no. 2 (n.d.): 143. <https://doi.org/10.33370/Jmk.V17i2.465>.
- Anna Priangani Roswiem. *Buku Saku Produk Halal Makanan Dan Minuman*. Republika Penerbt, 2015.
- Ariyanti And Darmanto. “Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics,” n.d.
- Armawan, Ivan, Sudarmiatin, Agus Hermawan, and Wening Patmi Rahayu. “The Effect of Social Media Marketing, SerQual, EWOM on Purchase Intention Mediated by Brand Image and Brand Trust: Evidence from Black Sweet Coffee Shop.” *International Journal of Data and Network Science* 7, no. 1 (2023): 141–52. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.11.008>.
- Bpjph.halal.go.id. “Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI, Diakses Pada 6 Juli 2023,” n.d. https://bpjph.halal.go.id/search/sertifikat?nama_produk=kopi_cakra_rasa&nama_pelaku_usaha=&no_sertifikat=&page=1.
- Büyükdag, Naci. “The Effect of Brand Awareness, Brand Image, Satisfaction, Brand Loyalty and WOM on Purchase Intention: An Empirical Research on Social Media.” *Business & Management Studies: An International Journal* 9, no. 4 (2021): 1380–98.

- <https://doi.org/10.15295/bmij.v9i4.1902>.
- Didik Gunawan. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Sumatra: PT Inovasi Pratama International, n.d.
- Duwi Priyatno. *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi Offset, 2018.
- Evan Hamzah Muchtar. “Konsep Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur’an Surat Al-Baqarah [2] Ayat 168-169 (Kajian Tematis Mencari Rezeki Halal).” *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2018): 156. <https://doi.org/10.30868/ad.v2i02.354>.
- Fadillah, Hikmatul Nur, Ahmad Ajib Ridlwan, Sri Abidah Suryaningsih, and Rachma Indrarini. “Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah,” 2023. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v7i1.11146>.
- Farhaty, Naeli. “Tinjauan Kimia Dan Aspek Farmakologi Senyawa Asam Klorogenat Pada Biji Kopi : Review” 15 (n.d.): 215.
- Fauzan, Rusydi. *Produk Dan Merek*. Jakarta: Global Eksekutif Teknologi, 2003.
- Fera Feriska, Edy Kusnadi, and Yudha Praja. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kecantikan Fithka Ms Glow Di Mangaran Situbondo.” *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 1, no. 8 (2022): 1709. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i8.2216>.
- Firmansyah, M. A. *Pemasaran Produk Dan Merek Planning Dan Strategy*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2019.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- George Wilhelm Bender. *Strategi Komunikasi Kampanye Sadar Stunting 2021 Melalui Kol,* 2022, 2022.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Harahap, Darwis. *Integrasi Perencanaan Keuangan Religiusitas Profesional Muslim Melalui Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*. Merdeka Kreasi Group, 2022.
- Hariyanto, Didik, and Maulia Figo Arian Difa. “Communication of Opinion Leader in Commodifying Contract Marriage in Siri Marriage Village in Pasuruan.” *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (2021): 28–33. <https://doi.org/10.21070/kanal.v9i3.1574>.
- Hartono, Bobby. *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. Padang: Inovasi Pratama, 2022.
- Hasanah, Hasyim. “Peran Opinion Leader Dalam Sistem Dakwah

- (Analisis Difusi Jaringan Komunikasi).” *Islamic Communication Journal* 02 (2017): 184–99.
- He and Jin. “A Study on the Influence of the Characteristics of Key Opinion Leaders on Consumers’ Purchase Intention in Live Streaming Commerce: Based on Dual-Systems Theory,” n.d.
- He, Wei, and Chenyuan Jin. *A Study on the Influence of the Characteristics of Key Opinion Leaders on Consumers’ Purchase Intention in Live Streaming Commerce: Based on Dual-Systems Theory. Electronic Commerce Research*. Springer US, 2022. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09651-8>.
- Hikmatul Nur Fadillah. “Muslim Millennial’s Buying Behavior of Halal Food & Beverage in Indonesia: The Mediating Effect of Purchase Intention” 7, no. 1 (2023).
- Husein Umar. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Ichwan, Masduqi and Mohammad Nor. *Fiqh Muamalah, Ekonomi Dan Bisnis Islam : Teori, Konsep, Dan Aplikasi Lembaga Keuangan Dan Bisnis Syari’ah*. Semarang, 2017.
- Imam Ghozali. *25 Teori Besar (Grand Teori) Ilmu Manajemen, Akutansi, Dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama, 2006.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Istiqomah, Tian Nur Ma’rifat And Imroatul. *Agroindustri Halal*. UNIDA: UNIDA Gontor Press, 2020.
- Iswati, Muslich Anshori dan Sri. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2017.
- Ivan Armawan et al. “The Effect of Social Media Marketing, SerQual, EWOM on Purchase Intention Mediated by Brand Image and Brand Trust: Evidence from Black Sweet Coffee Shop.” *International Journal of Data and Network Science* 7, no. 1 (2023): 141–52. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.11.008>.
- Jacksen Jacksen, Eko Harry Susanto, and Nigar Pandrianto. “Analisis Key Opinion Leaders Di Media Sosial Dalam Membentuk Opini Khalayak.” *Koneksi* 5, no. 1 (n.d.): 92. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10170>.
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Kemenag. “Alquran Kemenag.” Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur’an, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/surah/3/118>.
- Khoirunnisa, Sofi Shahira, and Aryo Pinandito. “Pengaruh Atribut Key Opinion Leader (KOL) Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bootcamp Online” 7, no. 4 (2023):

- 1929–34.
- Khusnul Khotimah. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan JMSAB Konsumen & Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop,” n.d.
- Kristanto, Hermawan, and Hery Pudjoprastyono. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Laptop Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur.” *Jurnal STEI Ekonomi* 30, no. 02 (2021): 11–19. <https://doi.org/10.36406/jemi.v30i02.462>.
- Kudus, Lembaga Penjamin Mutu (LPM) IAIN. *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*. Kudus: IAIN Kudus, 2018.
- Laili Muttamimah and Firman Kurniawan Sujono. “Resepsi Khalayak Perempuan Terhadap Konten Edukasi Seksual Oleh Key Opinion Leader.” *Jurnal Komunikasi Profesional* 7, no. 1 (2023): 98–120. <https://doi.org/10.25139/jkp.v7i1.5223>.
- Laras Ratu Khalida, Robby Fauji, And Mutiara Maulidina. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Di Marketplace Shopee,” 2022.
- Le, Hau. “How Do the Influencing Factors of Key Opinion Leaders (KOLs) on Social Networks Affect Vietnamese Consumers’ Purchase Intention?” *RSU International Research Conference 2022 on Social Science and Humanities, Education, and Management*, no. April (2022): 251–69. <https://rsucon.rsu.ac.th/proceedings>.
- Listyoningrum, Anggit, and Albari Albari. “Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya.” *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 2, no. 1 (2017): 40–51. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol2.iss1.art4>.
- M Dian Ruhamak and Budi Rahayu. “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris Dynamic English Course Pare.” *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 1, no. 2 (n.d.): 191. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i2.14>.
- Makmur Kambolong, Nurjannah, And Lia Ambarwati. *Metode Riset Dan Analisis Saluran Distribusi*. Penerbit Qiara Media, 2022.
- Mansur Chadi Mursid And Andita Dwi Palupiningtyas. “Kontrol Perilaku Untuk Membeli Ulang Kosmetik Halal Perspektif Theory Of Planned Behavior,.” 2022, n.d.
- Mariam, Aam, and Nila Nopianti. “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa / Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis).” *Jurnal*

- Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022): 2627–33.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder) Edisi Revisi Kedua*. Edited by Santi Pratiwi Tri Utami. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Masduqi, 1956-, and Mohammad Nor Ichwan. *Fiqh Muamalah, Ekonomi Dan Bisnis Islam : Teori, Konsep, Dan Aplikasi Lembaga Keuangan Dan Bisnis Syari'ah*. Semarang, 2017.
- Michael Bosnjak, Icek Ajzen, and Peter Schmidt. “The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Applications.” *Europe’s Journal of Psychology* 16, no. 3 (n.d.): 353. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>.
- Moh. Taufik. *Serba-Serbi Mindset Halal (Kajian Mencapai Produk Halalan Thayyiban Di Indonesia)*. Guepedia, 2020.
- Muhamad Uyun and Idi Warsah. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2021.
- Muhammad Yusuf Saleh and Miah Said. *Konsep Dan Strategi Pemasaran Marketing Concepts and Strategies*. Jakarta: Sah Media, 2019.
- Naufaldy Wahyu Manggala. “Pengaruh Digital Message Exposure Key Opinion Leaders Dan Perceived Quality Terhadap Brand Image Pada Prop Noodlebar Surabaya (Chinese Cuisine),” 2022.
- Novianty, Fitriani Fitriani and Rina. “Minat Beli Ibu-Ibu Milenial Pada Produk Kosmetik Perspektif Theory Of Planned Behaviour.” *AL-IQTISHAD: Jurnal Ekonomi* 14, no. 2 (2022): 86–103.
- Nugroho, Anton Priyo, Fajar Fandi Atmaja, Ilham Itsnanisa Ghilma, Yuli Andriansyah, and Siti Achiria. “The Impact of Halal Label and Social Support on Purchasing Behavior of Imported Instant Noodles.” *Proceedings of the 2nd Southeast Asian Academic Forum on Sustainable Development (SEA-AFSID 2018)* 168 (2021): 289–91. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210305.052>.
- Nurhalima Tambunan and Manshuruddin. *Makna Makanan Halal Dan Baik Dalam Islam*. Cattleya Darmayana Fortuna, 2022.
- Pandiangan, Kasman, Masiyono Masiyono, and Yugi Dwi Atmogo. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021): 471–84. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>.
- Prayitno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Priyatno. *Paham Analisis Statistic Data Dengan SPSS*. Yogyakarta:

- Media Kom, 2010.
- Priyatno. *SPSS : Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Edited by Giovanny. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2018.
- Priyatno. *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2010.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Teddy Chandra. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008.
<https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.
- Purnomo, Albert Kurniawan. *Pengelolaan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019.
- Rahmi, Maisyarah. *Pariwisata Halla Muslim Friendly Tourism Prespektif Hukum Islam Dan Hukum Positif*. Palembang: Bening Media Publishing, 2022.
- Ramadanty, Yulianne Safitri and Sari. “Strategi Keterlibatan Key Opinion Leaders Dalam Kampanye Public Relations Di Indonesia.” *Warta ISKI* 2, no. 2 (2019): 88–96.
<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i02.35>.
- Razak, Mansur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alaudin University Press, 2016. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.
- Rifiani, Putri, Firdaus Yuni Dharta, and Oky Oxcygentri. “Pengaruh Endorse Influencer Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Eksplanatori Pada Pengikut Media Sosial Instagram @fadiljaidi).” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 2022, no. 12 (2022): 289–301. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6944728>.
- Risky Wulandari. *Anfaat Dan Khasiat Teh, Kopi, Susu, Dan Gula Untuk Kesehatan Dan Kecantikan*. Jakarta: Rapha Publishing, 2022.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Safitri, Rizki Ayu, and Barkah. “Pengaruh Content Marketing, Dan Penggunaan Kol (Key Opinion Leader) Tasya Farasya Pada Produk Skincare Skintific Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness Di Kota Pontianak.” *Seminar Nasional Bisnis Seri 7 4*, no. 22 (2019): 640–53.
- Sawitri, Harvina, and Yuziani. “Gender Dan Kebiasaan Minum Kopi Pada Mahasiswa Program Studi Kedokteran Universitas Malikussaleh.” *Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis* 16, no. 4 (2021): 168–72.
- Sigit Hermawan and Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Sri Sunartini. *Bisnis Ritel Strategi Marketing Visual Merchandising*.

- Pusat Pengembangan Pendidikan Dan Penelitian Indonesia, 2022. SUARABARU.ID. “Ini Pengertian Kopi Menurut Para Ahli, Simak!, Diakses Pada 19 Juni 2023.” SUARABARU.ID, n.d. <https://suarabaru.id/2023/02/16/Ini-Pengertian-Kopi-Menurut-Para-Ahli-Simak>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2015.
- Sugiyono, D. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D/Sugiyono.” *Bandung: Alfabeta* 15, no. 2010 (2018).
- Sukestiyarno. *Statistika Dasar*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Sukoco, Muhammad Hirza. “Pengaruh Pemasaran Event Terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Mizonedo Surabaya.” *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)* 7, no. 1 (2018): 9. <https://doi.org/10.26740/bisma.v7n1.p9-16>.
- Sunyoto, Danang. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academi Publishing Service), 2014.
- Supriyadi, Edy. *SPSS + Amos*. Jakarta: In Media, 2014.
- Syafrida Hafni Sahir and Eka Dewi Setia Tarigan. “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan” 3, no. 1 (2016): 3.
- Syahrum, and Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif.Pdf*. Bandung: Citapustaka Media, 2014.
- Tarigan, Yulinda. “Journal of Applied Business Administration Analysis Of The Influence Of Product Knowledge , Attitude And Halal Certification On Purchase Intention In Halal Food Products,” no. March (2023): 100–108.
- Tim Harian Kompas. “Tren Kopi Di Kalangan Mahasiswa.” *Kompasiana*, 2021. <https://www.kompasiana.com/sesantimaharani5100/60b04bd4d541df5a284426a2/tren-kopi-di-kalangan-mahasiswa>.
- Wahyuti, Sahara Baharsyam and Tri. “Strategi Penggunaan Key Opinion Leader (Kol) Di Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness Produk Sania Royale Soya Oil.” *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2022).s
- Wei He and Chenyuan Jin. *A Study on the Influence of the Characteristics of Key Opinion Leaders on Consumers’ Purchase*

Intention in Live Streaming Commerce: Based on Dual-Systems Theory, Electronic Commerce Research (Springer US, 2022), <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09651-8>.

Wulandari, Fitri. *Middle Range Teori Dalam Ilmu Manajemen SDM Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2022.

Yayuk Widiyarti. "Kian Banyak Orang Indonesia Minum Kopi, Berapa Jumlah Yang Ideal?" *Tempo.co*, 2019. <https://gaya.tempo.co/read/1249241/kian-banyak-orang-indonesia-minum-kopi-berapa-jumlah-yang-ideal>.

