

DAFTAR PUSTAKA

- Afnan, D., & Fathurrohman. (2020). Kegiatan Marketing Public Relations dalam mempertahankan Citra Perusahaan. *Jurnal Soshum Insentif*, 3(1), 8-17.
- Alfian, N., & Nilowardono, S. (2019). The Influence of Social Media Marketing Instagram, Word of Mouth and Brand Awareness of Purchase Decisions on Arthenis Tour and Travel. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 2(2).
- Almira, S. K., & Suharyanti. (2014). Implementasi Strategi Marketing Public Relations dalam Pengelolaan Citra Merek. *Journal Communication Spectrum*, 57-71.
- Ambarwati, T., & Fitriyasi, F. (2020). Pengembangan Pemasaran Usaha Bakery Aica Pca Kedungkandang Malang. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 4(2), 67-74.
- Annisya, V. (2019, Desember 7). Strategi Marketing Public Relations d'BestO dalam Membangun Brand Awareness melalui Instagram. *Prosiding Seminar Nasional Humanis 2019*, 377-384.
- Arozak, G. S. (2020). *Strategi Marketing Public Relations Bilbao & Brasseries Bandung*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Baroleh, J., Regar, A. B., & Rengkung, L. R. (2015, november). Karakteristik Konsumen Produk Roti Cella Bakery dan Holland Bakery di Manado. *ASE*, 11(3A).
- Bhaskoro, A. T. (2013, Desember 6). *Laporan Akhir Tahun SumAll: Instagram Sebagai Media Sosial Paling Efektif Dalam Memacu Bisnis*. Retrieved from dailysocial.id: <https://dailysocial.id/post/laporan-akhir-tahun-sumall-instagram-sebagai-media-sosial-paling-efektif-dalam-memacu-bisnis>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approach*. United Kingdom: SAGE.
- detikFood. (2012, Desember 16). *Ingin Jadi Pastry Chef? Inilah Tips dari Anna Olson*. Retrieved from food.detik.com: <https://food.detik.com/berita-boga/d-2119757/ingin-jadi-pastry-chef-inilah-tips-dari-anna-olson>
- detikFood. (2014, May 20). *Roti Dinikmati Orang Indonesia dari Masa Kolonial hingga Era Digital*. Retrieved from food.detik.com: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-2586680/roti-dinikmati-orang-indonesia-dari-masa-kolonial-hingga-era-digital>
- Dianastuti, W. A. (2015). Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Kuliner Kota Semarang (Studi Kasus pada Komunitas Online @jakulsemarang). *Interaksi Online*, 4(1).
- Dwikurnia, T. I., & Indriyani, R. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Pada Populer Bakery di Sidoarjo. *AGORA*, 4(1).
- Elvira, V. (2021, September 6). *Simak Strategi ROTI Menjalani Bisnis Di Tengah KOndisi pandemi Covid-19*. Retrieved from industri.kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/simak-strategi-roti-menjalani-bisnis-di-tengah-kondisi-pandemi-covid-19>

- Fahri, L. M. (2016). *Strategi Marketing Public Relations Go-Food dalam Pembentukan Citra Perusahaan di Kota Surabaya*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Fajariana, D. E., & Untari, D. (2018). Strategi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @subur_batik). *Jurnal Sekretaris dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Fithrah, A. (2017). *Marketing Public Relations: Diantara Penjualan dan Pembelian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Furrie, W., & Shaleh, A. (2020). Peran Public Relations dalam Pemanfaatan Instagram sebagai Alat Publikasi untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus pada Akun Instagram @puskesmascilincing). *Jurnal Lugas*, 4(1), 9-16.
- Ghalih, M., Porter, G. A., & Wang, T.-C. (2017). Marketing Public Relations Strategies to Develop Brand Awareness of Coffee Products. *Science Journal of Business and Management*, 5(3).
- Giannini, J. G. (2010). *Marketing Public Relations: A Marketer's Approach to Public Relations and Social Media*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hardani, e. a. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Harris, T. L. (2006). *Marketer's Guide to Public Relations in The 21st Century*. Ohio: Texere-Thomson.
- Hendrarto, D., & Ruliana, P. (2019). Strategi Public Relations Radio Delta FM dalam Mempertahankan Pendengar melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 4(2), 166-178.
- Iman, M. (2020, Juni 14). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. Retrieved from goodnewsfromindonesia.id: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Boston: Pearson.
- Laksono, S. (2020). *Penelitian Kualitatif ilmu Ekonomi dari Metodologi ke Metode*. Palembang: Rajagrafindo Persada.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160.
- Moleong. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ningrum, L., Orvala, V., & Yusiana, S. (2019). Analisa Konsep Usaha Roti Dalam Perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia. *IKRA-ITH Humanoria*, 3(3), 236-244.
- Novitasari, P., & Yulianto. (2016). Peranan Pastry Section Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Ros In Hotel Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 7(1).
- Novitasari, P., & Yulianto. (2016). Peranan Pastry Section Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Ros In Hotel Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 7(1).
- Pratama, M. F. (2020). *Pengelolaan Media Sosial oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Rahman, A. (2016). *Strategi Komunikasi Humas Rumah Sakit Sari Mutiara Medan dalam Membangun Citra Perusahaan*. Medan: Universitas Medan Area.
- Rahmawati, D. (2016, Oktober). Kepuasan Konsumen Terhadap Cake Di L'Cheese Factory Pekanbaru. *JOM FISIP*, 3(2).
- Rizaty, M. A. (2021, Agustus 3). *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?* Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Scott, D. M. (2011). *The New Rules of Marketing & PR*. New York: Wiley.
- Sedari, A. A. (2021, June 4). *25 Macam-Macam Kue Basah Khas Indonesia, Kaya Cita Rasa*. Retrieved from hot.liputan6.com: <https://hot.liputan6.com/read/4574104/25-macam-macam-kue-basah-khas-indonesia-kaya-cita-rasa>
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Humanoria*, 16(2).
- Setyorini, H., Waluya, B., & Wijaya, C. (2012). Pengaruh Program Marketing Public Relations terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai Pangandaran. *Tourism and Hospitality Essentials*, 2(2), 299-314.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Alfabeta.
- Sunarya, D. M., & Yunita, F. (2018). Strategi Marketing Public Relations Limestones Digital dalam Promos Produk SiiP Snack melalui Akun Instagram (@siipsnack). *Ilmu Komunikasi*.
- Susilawati, D. (2017, April 11). *Bagi Chef bara, Cita Rasa adalah Urusan Pribadi*. Retrieved from republika.co.id: <https://republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/17/04/11/oo8225328-bagi-chef-bara-cita-rasa-adalah-urusan-pribadi>
- Tanujaya, B. (2013). *Penelitian Percobaan*. Bandung: Rosda.
- Tiofani, K. (2021, Oktober 25). *Jatuh Bangun Bisnis Bakery di Jakarta, Omzet Turun hingga 80 Persen*. Retrieved from kompas.com: <https://www.kompas.com/food/read/2021/10/25/213900675/jatuh-bangun-bisnis-bakery-di-jakarta-omzet-turun-hingga-80-persen?page=all>
- Tiofani, K. (2021, September 27). *Perkembangan Pastry dan Bakery di Indonesia, Dulu Hanya Ada Di Hotel*. Retrieved from kompas.com: <https://www.kompas.com/food/read/2021/09/27/193200875/perkembangan-pastry-dan-bakery-di-indonesia-dulu-hanya-ada-di-hotel?page=all>
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.