

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. (P. Rapanna, Ed.) Syakir Media Press.
- Amalia, W. T., & Riva'i, A. R. (2022, Desember 31). *Jurnal Ilmu Manajemen. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan pada Remaja*, 10(4), 1227–1236.
- Anggraeni, N., Prastyandhari, I. A., D. E., A. M., Wiradnyani, N. K., Sirna, I. K., . . . Nugrahani, A. G. (2023). *Pengantar Bisnis Kuliner*. Makassar: Tohar Media.
- Bentuk Globalisasi Ekonomi dan Pengaruhnya ke Perekonomian Indonesia*. (n.d.). Retrieved March 27, 2024, from Gramedia: <https://www.gramedia.com/literasi/bentuk-globalisasi-ekonomi/>
- Caca Tengker Didapuk Jadi Brand Ambassador Ayam Kremes Pramesti*. (2023, March 29). Retrieved March 27, 2024, from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/amp/hiburan/569712/caca-tengker-didapuk-jadi-brand-ambassador-ayam-kremes-pramesti>
- Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Nurjaya. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- firmsyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Shabrina, R. P. (2020, April). *Komunikata57. Strategi Komunikasi Pemasaran kedai kopi kaman dalam meningkatkan Loyalitas Konsumen*, 1(1), 50 - 59.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. (H. Sazali, Ed.) Medan: Wal Ashri Publishing.
- Hasibuan, S., Basuki, R., & Jati, W. S. (2023). *Statistik Penyedia Makanan Minum 2022* (Vol. 6). BPS-Statistics Indonesia.
- Islam, D. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran: Membangun dan Keterlibatan Konsumen*. Purbalingga: Eurika Media Aksara.
- Islami, B. N. (2022). Pengaruh Komika: Kiky Saputri Roasting Isu Politik dan Pejabat Politik Indonesia di Sosial Media. *2De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 2(6), 281-289.
- Istiqomah, N. H. (2023, Agustus). *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam. Transformasi Pemasaran Tradisional ke E-Marketing tinjauan Literatur tentang dampak penggunaan Teknologi Digital terhadap daya saing pemasaran bisnis*, 4(2).

- Julius, N. (2024, February 8). *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024*. Retrieved March 27, 2024, from Upgraded.id: <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Mardiyanto, D., & Giarti. (2019, Februari). *Jurnal Ilmiah Edunomika. Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo)*, 3.
- Maulida, Z., & Indah, D. R. (2021, Juni). *Jurnal Mahasiswa Akutansi (JMAS). Analisis Strategi Pemasaran sebagai Strategi Persaingan Bisnis: Studi Kasus Bisnis Kuliner Rumah Makan khas Aceh "Hasan" di Kota Banda Aceh*, 2(3), 188-202.
- Potensi Industri Kuliner di Indonesia Potensi Industri Kuliner di Indonesia*. (2023, June 8). Retrieved March 25, 2024, from LSU Pariwisata: <https://lsupariwisata.com/2023/06/08/potensi-industri-kuliner-di-indonesia/>
- Rabbani, D. B., Diwyarthi, N. M., Mulyanti, Umar, M., Hadawiah, Sari, Y. P., . . . Salehan. (2022). *Komunikasi Pemasaran*. In D. B. Rabbani, *Konsep Dasar Komunikasi* (pp. 1 - 2). Padang: PT Global Eksklusif Teknologi.
- Rizkia, A. A., & Rahmawati, S. (2021, Mei). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. Faktor-faktor yang mempengaruhi Anti Monopoli dan Persaingan BIsnis Tidak Sehat: Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, dan Pelaku Usaha. (Literature Revuew Etika)*, 2(5).
- Sahir, S. H. (2021). *Metode Penelitian*. (T. Koryati, Ed.) Penerbit KBM Indonesia.
- Sitorus, S. A., Arina, N. R., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P., . . . M. U. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. (A. Sudirman, Ed.) Bandung: Media Sains Indonesia.
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. (2022). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Istana Agency.
- Ternyata Ini Asal Mula Tanboy Kun Sanggup Makan Super Banyak*. (n.d.). Retrieved March 27, 2024, from Merdeka: <https://www.merdeka.com/artis/ternyata-ini-asal-mula-tanboy-kun-sanggup-makan-super-banyak.html>
- Timpal, R. S., Massie, J. D., & Pandowo, M. H. (2022). *Peran Duta Merek dalam Keputusan Pembelian Pembeli di LokaPasar Tokopedia. Jurnal EMBA*, 653.