DAFTAR PUSTAKA

Alfiyandi, & Syarfan, L. ode. (2016). Analisis bauran promosi (Promotion mix) produk multilinked syariah pada asurasi panin dai-ichi life cabang pekan baru. *Jurnal Valuta*, *Vol 2*.

Anugrah, A., Karim, A., & Nurliah. (2020). *Analisis Fungsi Instagram Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal Di Kota Samarida*. http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/12/01_format_artikel_ejournal_mulai_hlm_ganjil%20(12-15-20-01-09-02).pdf

Aryansah, E., Mirani, D., & Martina. (2020). Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19. *Applicable Innovation of Engineering and Science Research (AVoER)*, 326.

Chikandiwa, S. T., Contogiannis, E., & Jembere, E. (2013). *The adoption of social media marketing in South African banks*. European Business Review.

Cindy. (2020). *Kekurangan dan Kelebihan Social Media Marketing*. https://sis.binus.ac.id/2020/07/29/kekurangan-dan-kelebihan-social-media-marketing/

Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Satu Nusa.

Gunawan, A. C. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.

Gunelius, S. (2011). *30-Minutes Social Media Marketing*. McGraw-Hill Companies.

Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Rajawali.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke 13). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke 13). Erlangga.

Lestari, E. (2022). *Bisnis Kuliner*. https://buletin.nscpolteksby.ac.id/bisnis-kuliner/

Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi Dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jurnal JMBA*, *Vol.3*.

Maidasari, E., Narunda, V. T., & Lolyna, R. (2021). *Pengaruh Promosi Video Marketing dan Kesadaran Merek dalam Mempengaruhi Keputusan dalam Pembelian Konsumen Yamaha*. *Vol.11*.

Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di CV.Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung*.

Muhammad, H. (2022). *Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen*. https://ekonomi.republika.co.id/berita/rejudw380/kemenperin-ungkap-kontribusi-industri-makanan-dan-minuman-tembus-3777-persen

Mustajab, R. (2023). *Kinerja Industri Makanan dan Minuman Naik 4,90% pada 2022*. https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-makanan-dan-minuman-naik-490-pada-2022#

Poetra, R. R., & Christantyawati, N. (2017). *Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab*. *Vol 1, No 1*.

Rasyid, F. (2009). *Social Media Marketing: Definisi, Konsep dan Aplikasinya*. https://fikrirasyid.com/social-media-marketing-definisi-konsep-dan-aplikasnya/

Rofiq, A., Arifin, Z., & Wilopo. (2012). *Pengaruh penerapan AIDA terhadap keputusan pembelian*.

Rosaliza, M. (2015). Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*, *Vol.11*.

Sanjaya, R., & Josua, T. (2019). *Creative Digital Marketing: Teknologi berbiaya murah, inovatif, dan berdaya hasil gemilang*. Elex Media Komputindo.

Simbolon, S., Tumbel, T., & Walangitan, O. F. (2022). *Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Usaha Kuliner Tripang Garo Uje Desa Kawiley Kabupaten Minahasa Utara*. *Vol.3*.

Sya'Dian, T., & Purba, R. (2021). Pembuatan Video Promosi UMKM Rendy Handycraft. *JURNAL ABDIMAS BUDI DARMA*, *Vol.2*.

Utari, M. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrinni Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Para Followersnya*. https://media.neliti.com/media/publications/188875-ID-none.pdf