

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, I. (2021). *Pengaruh Konten Youtube Food Vlogger Channel Nex Carlos Terhadap Tingkat Pengetahuan Kuliner Daerah dan Minat Berwisata Kuliner Pada Subscriber*
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*
- Alviyunita, R. (2018). *Pengaruh Pola Akses Followers Akun Instagram @Surabayafoodies Terhadap Minat Wisata Kuliner Skripsi*
- APJII. (2020). Laporan survei internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020, 1–146*
- Ardrini, D. A. M., Lubis, D., & Utami, N. W. A. (2020). “I want what they’re eating”: College students’ experiences in watching food content on *Youtube*. *Public Health and Preventive Medicine Archive, 8(1), 11*
- Dewi, D. A. N. N. (2018). Modul Uji Validitas Dan Hormonal. *Universitas Diponegoro, October, 14*
- Dingli, A., & Seychell, D. (2015). *The New Digital Natives*. Springer Berlin.
- Djamarah, S. B. (2002). *Psikologi Belajar* (pp. 6–7). Rineka Cipta.
- Effendy, O. U. (2008). *Dinamika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Febriana, R. (2019). *Kompetensi Guru*. Bumi Aksara.
- Handayani, T. H. W., & Marwanti. (2011). *Pengolahan Makanan Indonesia*.
- Hanifati, A. N. (2015). The Impact of Food Blogger toward Consumer’s Attitude and Behavior in Choosing Restaurant. *International Journal of Humanities and Management Sciences, 3(3), 2320–4044*
- Hapsari, Z. H. (2020). Pengaruh Review Food Blogger Javafoodie Terhadap Minat Berperilaku Konsumen Kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Teknologi Informasi, 4(2)*
- Horng, J. S., & (Simon) Tsai, C. T. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management, 31(1), 74–85*
- Hudha, A. N. (2018). Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli (Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli

Kuliner Pada Followers Akun @kulinerdisolo di Kota Surakarta Periode Maret – Juni 2018). *World Development*, 1(1), 1–15

Hurlock, E. (2010). Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Hidup. In *Erlangga*.

Insider, B. (2019). *Generation Z: Latest Characteristic, Research, and Facts.pdf*. <https://www.businessinsider.com/generation-z?IR=T>

Irwanto, I., & Hariatiningsih, L. R. (2019). Aktivitas Santap dan Minum Generasi Z pada Media Sosial Instagram. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 141–154

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68

Karmila, S. (2020). Hubungan Terpaan Informasi Makanan Pada Media Sosial Instagram Dengan Perilaku Makan Pada Mahasiswa Di Universitas Sumatera Utara Tahun 2019. *Skripsi*, 1–147

Komalasari, T. (2023). *Tren Bisnis Kuliner 2023, Salah Satunya Kembali ke Selera Nusantara*. Katadata

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. PT Tema Baru

Ladyanna, S. (2009). *Mengenal Masakan Nusantara - Sonezza Ladyanna.pdf*. Kenangan Pustaka Indonesia

Liany, A. (2016). *Social Media Deviation*. CV Garuda Mas Sejahtera

Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Deepublish

Prasetyo, C. B., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Vlog Sebagai Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada Konsumen yang Menonton Video Youtube Channel "Faris Malang & quot; pada Kuliner Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 62(1)*, 118–126

Prof. Dr. Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta

Prof. Dr. Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Pendidikan*. Penerbit Alfabeta.

Purwanti, S. R. (2017). Hubungan Terpaan Komunikasi Pemasaran Kuliner Pada Akun Media Sosial Instagram @Kulinersby Terhadap Motivasi Konsumen Surabaya Usia 18-25 Tahun Dalam Membeli Produk Yang Di Posting @Kulinersby. *E-Conversion - Proposal for a Cluster of Excellence*

- Redcomm. (2021). *Ini Alasan Anda Perlu Menggunakan Youtube Untuk Memasarkan Brand di 2021*. <https://redcomm.co.id/knowledges/ini-alasan-anda-perlu-menggunakan-youtube-untuk-memasarkan-brand-di-2021%0A>
- Rothman, D. (2016). *A Tsunami of Learners Called Generation Z*.
- Santoso, U., Gardjito, M., & Harmayani, E. (2017). *Makanan Tradisional Indonesia.pdf* (2nd ed.). Gadjah Mada University Press
- Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 10–23
- Soyomukti, N. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Ar-Ruzz Media.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Elex Media Komputindo
- Syah, M. (2017). *Psikologi Belajar*. PT Raja Grafindo Persada
- Syahbani, M. F., & Widodo, A. (2017). Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(1), 46–58
- Tatang. (2016). *Dinamika Komunikasi*. CV Pustaka Setia
- Tempo. (2023). *Dari Boomers hingga Generasi Z, Berapa Lama Orang Indonesia Internet-an?* tempo.co. <https://tekno.tempo.co/read/1698923/dari-boomers-hingga-generasi-z-berapa-lama-orang-indonesia-internet-an>
- Tulgan, B. (2013). Meet Generation Z : The second generation within the giant " Millennial " cohort. In *RainmakerThinking, Inc.* (pp. 1–13)
- Wahyuningsih. (2020). *Pengolahan Makanan Nusantara*. Penerbit Deepublish
- Winarno, Wirakusumah, Fardiaz, Fardiaz, Kusdinar, & Rimbawan. (1999). *Kumpulan Makanan Tradisional* (p. 2). Pusat Kajian Makanan Tradisional
- Wiryawan, M. A., & Nugroho, W. (2021). Pengaruh Terpaan Akun Instagram @bekasifood Terhadap Preferensi dalam Memilih Kuliner di Bekasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 140–149
- Wu, K. (2016). *Youtube Marketing: Legality of Sponsorship and Endorsement in Advertising*. In *Univeristy of San Diego* (Vol. 19, Issue 1)
- Yanto, A. (2020). 5 Alasan Mengapa Makanan Tradisional Indonesia Sangat Istimewa. In *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/food/diet/andri-andreas-1/5-alasan-mengapa-makanan-tradisional-indonesia-sangat-istimewa-c1c2/5>