

DAFTAR PUSTAKA

Literatur/Buku

- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran, Konsep, dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Bhakti, T. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press.
- Cangara, H. (1998). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Cresswell, J. W., & Cresswell, J. D. (2018). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Durianto, D. S., & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Edisi ke 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2* (Edisi ke 1). PT Indeks.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (1998). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Rosdakarya.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2009). *Advertising* (Edisi Kede). Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenada Media Group.
- Pike, S. (2003). *"Integrated Marketing Communication" penerjemah Uyung Sulaksana*. Pustaka Pelajar.
- Prayitno, S., & Harjanto, R. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu (Bisnis, Pemasaran, dan Komunikasi Pemasaran)*. PT Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swastha, B. (2007). *Azaz-Azaz Marketing*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.

Jurnal

- Aji, F. H., & Samuel, H. (2015). Analisa Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Awareness dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–10.
- Aldrich Novrian, & Rizki, M. F. (2021). Integrated Marketing Communication Kedai Sodare Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Medium*, 9(1), 81–91. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7444](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7444)
- Ghodeswar, B. M. (2008). Building Brand Identity in Competitive Markets: a Conceptual Model. *Journal of Product & Brand Management*, 17(1).
- Hakim, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menghadapi Bisnis Persaingan Bisnis di Kota Malang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7). <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/266>
- Hardini, R. (2023). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer di Media Sosial Instagram Pasca Pandemi. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2). <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrpe/article/view/8718>
- Kharisma, R. I., & Wijaya, L. S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu “Salatiga Movement (SM)” dalam meningkatkan Brand Awareness Terhadap Masyarakat Salatiga. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 5(2).
- Mutia, A., & Lubis, E. El. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Dian Pelangi Cabang Pekanbaru dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP Universitas Riau*, 2(2). <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/7423>
- Nur, A. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Gonggong “Lawana” Tanjungpinang dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP Universitas Riau*, 5(1).
- Panggabean, H., & Priyono, J. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Seblak di Pasar KBD Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2(10).
- Saniyyah, H. K. M., & Nasher, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Jacob Koffie Huis Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Mediakom : Jurnal Ilmu*

Komunikasi, 7(1), 66–75. <https://doi.org/10.35760/mkm.2023.v7i1.8391>

Wa'dah, H., & Muksin, N. N. (2023). Intergrated Marketing Communication Pada Nasi Kulit Malam Minggu. *Educational and Cultural Studies*, 2(1), 388.

Yulani, Kurniawan, R., & Wijaya, Y. A. (2024). Implementasi Algoritma FP-Growth pada Data Transaksi Penjualan Seblak Jontor. *Jurnal Informatika Universitas Muhammadiyah Tangerang*, 8(1).

Skripsi/Disertasi

Octavianty, A. A. I. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Kuliner Bolu Ta' Makassar dalam Menghadapi Persaingan* [UIN Alauddin Makassar]. http://repositori.uin-alauddin.ac.id/13421/1/ANDI_ANNISA_INDI%0AA_OCTAVIANTY.pdf%0A

Sari, D. W. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kuliner Pedagang Kaki Lima Sate Gunung Tigo Pada Masyarakat Kabupaten Karimun Kepulauan Riau* [UIN Sultan Syarif Kasim]. https://repository.uin-suska.ac.id/75143/1/SKRIPSI_GABUNGAN_KECUALI_BAB_V.pdf

Utomo, A. M. I. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Geprek Abang Ireng (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Geprek Abang Ireng dalam Menarik Pembeli)* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <https://eprints.ums.ac.id/66583/2/Jurnal-Andika-Mohamad-L100110073-Clear.pdf>

Website

Redaksi Radar Banten. (2019). *Bisnis Kuliner Berkembang Pesat di Tangerang*. Radar Banten. Diakses pada 15 April 2024 melalui <https://www.radarbanten.co.id/2019/08/02/bisnis-kuliner-berkembang-pesat-di-tangerang/>