

DAFTAR PUSTAKA

- Allya Ramadhina dan Mugiono, “Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen”, (Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen, 2022), Vol. 1 No.1
- Amanda P. Santoso, et.al, “Pengaruh Konten Post Intagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita”,(Jurnal Teknik ITS, 2017) vol. 6, no. 1,2017,pp. 217-221. Hal.50
- Anang Sugeng Cahyono,”Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia”, (Publicana,) Vol.9 No.1, 140-157, hal. 140. <https://doi.org/10.36563/publicana.v9i1.79>.
- Andi Gunawan Chakti, “ The Book Of Digital Marketing”, (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019), hal.11
- Anto Tulim, “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Triyasa Sukses Makmur Medan”, (Jurnal Ilmiah Kohesi, 2019), Vol.3 No.1, hal.71
- B. Guzel dan M. Apaydin, “ Gastronomy Tourism: Motivations and Destinations” (Global Issues and Trends on Tourism, 2016)
- Baso Intang Sappaile, “Konsep Instrumen Penelitian Pendidikan”, (Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, No 066 Tahun Ke-13,2007) hal.380
- Berrin Guzel dan Muge Apaydin, (Gastronomy Tourism: Motivations And Destinations”, (Global Issues and Tends in Tourism, 2016), 394
- Citra Suianto Putri, “ Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli” (PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis) Vol. 1 No.5
- Clarisa Damayanti Mausul dan Muhamad Sukron Ma'mun, “Pengaruh Live Streaming Tiktok Shop(Studi Minat Pembelian Pengguna Live Streaming di Akun Media Sosial Tiktok @imazanhijab), (Karimah Tauhid, 2024), Vol. 3 No.2, 2391-2400, hal.2392
- Climbton, Yeos Austin dan Vanomy, Afrianti Elsy, “Pengembangan Umkm Kuliner Di Kota Batam Melalui Transformasi Ke Platform Digital Di Era Revolusi Industri 4.0”, (Fortunate Business Review. 2023) vol.3 no.1, 25-55, hal 27
- Dani Maulana, et.al, “Analisis Dampak Media Sosial Terhadap Strategi Pemasaran Modern”, (Prosiding Seminar Nasional Manajemen, 2023) Vol.3 No.1, hal .117

- Deru R. Indika dan Cindy Jovita, “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen”, (Jurnal Bisnis Terapan, 2017), hal. 25
- Dewi Maharani Rahman et. al, “Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea”, (Agribusiness and Socioeconomic Journal. 2023) vol.2 no.1, 92-105, hal 94
- Ermawati, et.al, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput di Kayumalue, (Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, 2020), Vol. 2 No. 1, hal.38
- Erwin Jusuf Thaib, “Problematisasi Dakwah Di Media Sosial”, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), hal.8
- Feri Sulianta, “101 Jurus Promosi Online Paling Top”, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014), hal 15
- Frida Eka Setianingsih dan Fauzan Aziz, “ Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee”, (Jurnal Administrasi Bisnis, 2022), Vol. 11 No. 2
- Hendriyani, I Gusti Ayu Dewi, ‘Siaran Pers: Menparekraf: Wisata Kuliner Jadi Salah Satu Daya Tarik Utama Destinasi Kota di Indonesia’, <https://kemenparekraf.go.id/>, diakses pada Agustus 2024
- I Putu Hendika Permana dan Ni Kadek Ayu Natalia, P., “Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner Pada Komunitas Online @deliciousbali”, (JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management, 2021), Vol.1, No.1, hal.13
- Imam Ghazali, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2021)
- Jumarodin, et.al, “Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Bedukmutu di UMY”, (Jurnal Manajemen Bisnis, 2019), Vol.10, No.1, hal. 111
- La Moriansyah, “Pemasaran melalui media sosial:Antecedents dan consequences social media marketing”, (Jurnal penelitian komunikasi dan opini publik, 2015)
- Lira Alifah, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Prestasi Belajar PAI Terhadap Tingkat Religiusitas” Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, (Bandung, 2020) hal.1
- Minta Harsana dan Maria Triwidayanti “ Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di D.I Yogyakarta”, (Prosiding Pendidikan Teknik Boga Nusantara, 2020) Vol 12. No. 1 hal.4
- Nadia Ferina Ananda Agung dan Gede Sri Darma, “Opportunities and challenges of Instagram Algorithm in improving competitive advantage”, (International

Journal of Innovative Science and Research, 2019), Vol.4 No.1, 743-747.
URL: www.ijisrt.com743

Novanda Crysma Terrasista dan Helena Sidharta, (Pengaruh Media Sosial Marketing dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Proyek Bisnis Kaku”, (PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up, 2021), Vol. 6 No. 5

Novita Ekasari, “ Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelia Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi.”, (Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora, 2014), Vol.16 No.2

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “Handbook Of Research Of Effective Advertisting Strategies In THE Social Media Age” (Cambridge: IGI Global, 2016), hal. 338

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “Manajemen Pemasaran” (Jakarta:Erlangga, 2011), Edisi 13 Jilid 1 dan 2

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “Manajemen Pemasaran” , (Jakarta:Erlangga, 2010), Jilid 1, ed.13

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “Manajemen Pemasaran”, (Jakarta: Erlangga, 2017) hal.58

Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal 72

Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, (Jakarta: PT Index, 2009)

Philip Kotller, “Manajemen Pemasaran”, (Jakarta: Prenhallindo, 2012)

Philip Kottler dan Keller, “Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1”, (Jakarta: Erlangga, 2009)

Philip Kottler dan Kevin Lane Keller, “Handbook Of Research Of Effective Adversiting Strategies In The Social Media Age”, (Cambridge: IGI GLOBAL,2016), hal.338

Ria Ayu Oktavia, “Pemanfaatan Digital Creator Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pemasaran Produk” (Technopreneuship,2021)

Salsa Billa Frisanti Sanin dan Oktifani Winarti, “ Application of Digital Marketing in PT. Otak Kanan’s Tiktok Social Media to Build Brand Awarness”, (Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia,2023), Vol.1, No.3, hal.74

Sella Efrida dan Anisa Diniati, “Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017”, (Jurnal Kajian Komunikasi, 2020), Vol.8 No.1, hal. 60

- Simon Kemp, “Digital 2024: We Are Social Indonesia 2024”, <https://wearesocial.com>, diakses pada September 2024
- Siska Armawati Sufa, et.al., “ Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo”, (Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2020) Vol.4 No.1, 75-86, hal. 77
- Suarni, N, et.al, “Analysis of Product Variation, Quality of Service and Their Effect on Customer Satisfaction in Medan City”, (International Journal of Entrepreneurship and Business Development, 2021), Vol.4 No. 6, 954-960, hal. 955
- Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”. (Bandung: Alfabeta, 2017) hal.142
- Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 133
- Sugiyono, “Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D” (Bandung: Alfabeta, 2019) Ed.2, Cet. 1, hal.60
- Susy Budhiarty, et.al., “Analisis Potensi Daya Tarik Wisata Gastronomi di Kawasan Petak Sembilan Glodok, Jakarta Barat”, (Jurnal Industri Pariwisata, 2019), Vol. 1 No. 2 106-113
- Sutrisno K Djawa dan Wahyudin Rahman, “Strategi Tiktok Marketing Untuk Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan”, (Lentera: Multidisciplinary Studies, 2023), Vol.1 No.3, No.185
- Syamsu Rijal, et.al., “ Budaya Gastronomi Dalam Pengembangan Desa Wisata di Sulawesi Selatan”, (Journal of Indonesian History, 2020) Vol.9 No.1 17-27 hal. 21
- Titing Kartika dan Zulkifli Harahap, “ The Culnary Development Of Pempek As A Gastronomic Tourist in Palembang Sumatra Selatan”, (Tourism Scientific Journal, 2019) 211-233
- Tracy L Tuten, “Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 world”, (Praeger Publishers, 2008)
- UNWTO, “Global Report on Food Tourism”, (Madrid:United Nations World Tourism Organization, 2017) hal. 6
- Wahyu Nurul Faroh dan Defri Junaidi, “ Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018”, (Jurnal Pemasaran Kompetitif, 2019) Vol.2 No.3, hal.112

- Wisnu Arrasyid, et.al. “Pengaruh AIDA Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Iklan Instagram(Studi Kasus Produk Suvenir PT Holograil Maju Bersama), (Jurnal Ekonomi dan Bisnis,2021) hal. 3
- Yerry Susanto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Ndexindo Mandiri Indonesia”, (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen,2022), doi: 10.32877//eb.v5i2.459.
- Zahra Nur Annisa dan Dhyah Wulansari, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi di Staffe.ca Bouquet Sidoarjo”, (Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi, 2024), Vol.6 No.4, hal. 1