

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat: Jakarta.
- Adrianson, L., & Hjelmquist, E. (1991). *Group Processes in Face-to-face and Computer Mediated Communication*. *Behaviour & Information Technology*, 10(4), 281–296.
- Ahdiat, A. (2022, 30 Maret). *Mayoritas Industri Mikro-Kecil Bergerak di Sektor Makanan*. Diakses pada 19 September 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/30/mayoritas-industri-mikro-kecil-bergerak-di-sektor-makanan>
- Alma, B., Riduwan & Sunarto. (2007). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchory., & Saladin, Djaslim. (2010). *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Aji, Wisnu Nugroho. (2018). *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*. ISBN: 978-602-679-21-2.
- Andata, dkk. (2022). *Pengaruh Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness “Somethinc” pada Pengguna Instagram*. *Jurnal Komunikasi* 13(2), 84-91.
- Arikunto, S. (2021). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3: Bumi Aksara*.
- Azzahra, dkk. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention serta Dampaknya pada Purchase Decision: Studi pada Pengguna Layanan Online Food Delivery di Jakarta*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, Vol. 2(3). 874-888.
- Badan Pusat Statistik (2023, 18 Juli). *Statistik Penyedia Makan Minum 2021*. Diakses pada 16 September 2023, dari <https://www.bps.go.id/publication/2023/07/18/b7439b2db9b878d623830f0b/statistik-penyedia-makan-minum-2021.html>
- Belch, G., & Belch, M. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw Hill.
- Burgoon & Hufner. 2002. *Human Communication*. London: Sage Publication
- Chris Heuer dalam Solis, (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey, Canada

- Dihni, V.A. (2022, 20 Juni). *BPS: 71,74 % Usaha Makanan & Minuman di Indonesia Gunakan Media Online untuk Promosi*. Diakses pada 119 September 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/20/bps-7174-usaha-makanan-minuman-di-indonesia-gunakan-media-online-untuk-promosi>
- DQLab. (2023, 6 Januari). *Era Teknologi 2023, Perluakah Bisnis Konvensional Beralih ke Bisnis Digital?*, Diakses pada 14 September 2023, dari <https://www.digination.id/read/018708/era-teknologi-2023-perluakah-bisnis-konvensional-beralih-ke-bisnis-digital>
- Effendy, Onong Uchjana. (2015). *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Elyawati, Elli. (2021) *Pengaruh Viral Marketing, Social Media Marketing, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Scarlett Whitening di Platform TikTok*. Skripsi. Program Studi Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara: Yogyakarta.
- Fitriani, D. (2019). Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak). *CCIT Journal*, 12(1), 99– 107.
- Goodstats (2023). *Usia 45-49 Tahun Mendominasi Angkatan Kerja Indonesia 2023*. Diakses pada 27 Maret 2024. <https://data.goodstats.id/statistic/elmaarmavillia/usia-45-49-tahun-mendominasi-angkatan-kerja-indonesia-2023-MXZE3>
- Greenwald, Anthony. (1968). *Cognitive Learning, Cognitive Response to Persuasion, and Attitude Change*. Diakses pada 1 Desember 2023, dari http://faculty.washington.edu/agg/pdf/Gwald_PFOA_Ch6_1968.OCR.pdf
- Gunelius, Susan. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Huda, dkk. (2021). Pengaruh *Content Marketing* dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen*, Vol. 8(1). 32-40.
- Kotler, Armstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited: England.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan. Jakarta: PT Penhallindo.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

- Kotler, Philip, & Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & K.L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Index Kelompok Gramedia.
- Malhotra, Naresh K. (2006) *Marketing Research an Applied Orientation*. Prestice Hall: United State of America.
- Mangkunegara, A.A.A. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan Cetakan Kedua*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya Offside.
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Neti, Sisira. (2011). *Social Media and It's Role in Marketing*. International Journal of Enterprise Computing and Business Systems, Vol. I Issue 2.
- NUS. (2019). *Navigating Infrastructure and Assets in Digital Economy*. Diakses pada 12 September 2023, dari https://www.tliap.nus.edu.sg/wp-content/uploads/2019/04/Vol18-Feb-TF_Navigating-Infrastructureand-Assets-in-Digital-Economy.pdf
- Othysalonika, dkk. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Makanan Sehat di Kota Malang*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA), Vol.6(3). 1134-1146.
- Obar, J.A and Wildman, S. (2015). *Social Media Definition and The Governance Challenge: An Introduction to The Special Issue*. Telecommunications Policy, 39(9), 745-750.
- Pratiwi & Arisena (2022). *Perilaku Konsumtif Belanja Kuliner Melalui Online Pada Mahasiswa Baru Fakultas Pertanian Universitas Udayana Tahun 2022*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, Vol.3(2). 28-43
- Ramadanti, M., Sarry, C.P., & Suarni. *Psikologi Kognitif. (Suatu Kajian Proses Mental dan Pikiran Manusia)*. ALDIN: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan. Vol. 8(1). (46-58).
- Ruby, Daniel. (2023, 9 Agustus). *45+ TikTok Statistics In 2023 (Users, Revenue & Trends)*, Diakses pada 14 September 2023, dari <https://www.demandsage.com/tiktok-user-statistics/>
- Solis, B. (2010). *Engage! The Complete Guide For Brands And Businesses To Build, Cultivate, And Measure Success In The New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- Sudiyatmoko, R. (2015). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*.
- Swastha, B & Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono Fandy (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Voi.id. (2023, 1 Maret) *Tren Negatif Bisnis Kuliner Kekinian: Cepat Melesat, Lenyap dalam Sekejap*. Diakses pada 119 September 2023, dari <https://voi.id/bernas/259151/tren-negatif-bisnis-kuliner-kekinian-cepat-melesat-lenyap-dalam-sekejap>
- Ward, S. (2010). *Social Media Marketing*. Diakses pada 1 Desember 2023, dari <http://sbinfocanada.about.com/od/socialmedia/g/socmedmarketing.htm>