

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Z. (2020). Teori Maqasid Al-Syatibi Dan Kaitannya Dengan Kebutuhan Dasar Manusia Menurut Abraham Maslow. *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam*, 22(1), 52–70. <https://doi.org/10.24252/jumdpi.v22i1.15534>
- Adha, A. S. A., & Suseno, S. H. (2020). Pola Konsumsi Pangan Pokok dan Kontribusinya Terhadap Tingkat Kecukupan Energi Masyarakat Desa Sukadamai. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(6), 988–995.
- Aguanda, Setiawan, A., Anwar, M. S., Wardana, M. R. F., & Yambasu, R. A. (2023). The Effect of Differentiated Learning on Improving Student Learning Outcomes. *Delta-Phi: Jurnal Pendidikan Matematika*, 1(1), 46–50. <https://doi.org/10.61650/dpjpm.v1i1.199>
- Al-Hakim, N. (2021). Menata Ulang Bisnis F&B Pasca Pandemi (Studi Kasus: Strategi Komunikasi Pemasaran Sate Taichan “Goreng”). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(2), 85–106. <https://doi.org/10.24076/pikma.v3i2.462>
- Aldi, B. E. (2015). Upaya Generalisasi Konsep Manajemen Strategik. 2, 56–72.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS : Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Azizah, N. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Ss Dalam Meningkatkan Brand Awareness Konsumen Melalui Instagram. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(1). <https://doi.org/10.31506/jrk.v11i1.8434>
- Azizah, N., Karno, U. B., Pratami, R., Luhur, U. B., Margaretha, L., & Luhur, U. B. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Ss Dalam Meningkatkan. *June*. <https://doi.org/10.31506/jrk.v11i1>
- Danarti, N. P. (n.d.). Kedhaton dalam Membangun Citra pada Masa Pandemi Covid-19 Marketing Communication Strategy Of Sekar Kedhaton Restaurant In Building Image During The Covid-19. 61–69.
- Dasar, K. (2017). Konsep-konsep Dasar Komunikasi Pemasaran. 1–71.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>
- Fatimah, F. (2021). Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Pangsa Pasar Melalui Brand Image Di Saat Pandemi Covid 19 Pada Bumdes. *DI*, 64–77.
- Harga, P. P., Produk, K., Pasar, D. I., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar. 2(1), 1–10.

- Kamaludin, A., Sobana, D. H., Yusup, D. K., & Badriyah, M. (2020). Pengaruh Daya Saing Pasar dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Produk Kuliner di Bandung , Jawa Barat. 1–13.
- Mangifera, L., Isa, M., & Wajdi, M. F. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pemilihan Kuliner di Kawasan Wisata Alam Kemuning. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(1). <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v20i1.6415>
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>
- Muntaha, D. A., Anggomulyo, A. M. L., & ... (2022). Analisis strategi komunikasi pemasaran Kedai Ngopi Dhisik dalam menciptakan ketenaran merek melalui instagram. *Fair Value: Jurnal Ilmiah ...*, 4(8), 3347–3354. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1374%0Ahttp://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/1374/1256>
- Nurul Aini Safitri. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Melalui Media Sosial. 210–216.
- Nyonyie, R. A., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. 9(3), 18–24.
- Purnamasari, M. G., & Nugrahani, R. U. (2021). Analysis of Grandis Barn'S Marketing Communication Activites in the Midst of Covid-19 Pandemic. September 2020.
- Puspasari, H. U. D. (2019). Persaingan Usaha Pada Industri Kuliner (Studi Tentang Pelaku Usaha Kuliner Sate Ayam di Kabupaten Ponorogo). 1–10. [https://repository.unair.ac.id/90475/4/Fis.S.76-19 Pusp p jurnal.pdf](https://repository.unair.ac.id/90475/4/Fis.S.76-19%20Pusp%20jurnal.pdf)
- Simanjuntak, R. E. R., Nugrahani, R. U., & Dirgantara, P. (2021). Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran pada LOF Plants and Kitchen di Jakarta Selatan. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3808–3814. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15370>
- Sirajuddin, S. (2016). Analisis Data Kualitatif. *Analisis Data Kualitatif*, 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*.
- Terhadap, P., Produk, K., Ud, P., & Herawati, H. (n.d.). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses. 463–482.
- Tulasi, D. (2016). Komunikasi pemasaran. *Jakarta: Erlangga*, 45, 100–101. <https://doi.org/10.31219/osf.io/q8u3d>
- Ulfa, R., & Marta, R. F. (2017). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu

- Pada Yayasan Nurul Ibad Jakarta Timur. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 2(02). <https://doi.org/10.30813/bricolage.v2i02.835>
- Wahyuni, D. L., Masyurah, A., & Suwuh, L. (2020). Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran Restoran Bacco Wine Culture Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis* ..., X(X), 1–14. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/39836%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/download/39836/35849>
- Wau, M., Wati, L., & Fau, J. F. (2022). Teori Pertumbuhan Ekonomi (Kajian Konseptual Dan Empirik). *Eureka Media Aksara*, 1–73.
- Wijaya, A., & Loisa, R. (2019). Bauran Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Resto Ahwa). *Prologia*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6118>
- Yusuf, A. E. (2016). Konsep dan Proses Manajemen Strategik. *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Diklat*, 1–50.
- Zafirah, & Syaifullah. (2022). Analisa Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Swot Analysis Dan Business Model Canvas. *Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 8(1), 67–77. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/RMSI/article/view/16180>