

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fourqoniah, F. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Halim, C. (2010). *Tip Praktis: Promosi Online untuk Berbagai Event*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Huda, D. A. (2019). *Cara Mudah Belajar Desain Grafis (Corel Draw, Photoshop Dan Sablon Digital)*. Yogyakarta: UNP PRESS.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Indrajaya, R. (2008). *Jangan Takut Mulai Bisnis*. Jakarta: Niaga Swadaya.
- Ismaya, D. (2017). *Kuliner Hits Kekinian*. Yogyakarta: Laksana.
- Kuncoro, M. (2010). *Dasar-dasar Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: UPP STIM.
- Mamik, D. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Yogyakarta: Zifatama Jawara.
- Mulyana, D. I. (2019). *Buku Ajar Desain Grafis dan Multimedia*. Bogor: Flash.
- Noordiana RY, N. (2020). *Manajemen UMKM Bagi Wanita*. Jember: CV Pustaka Abadi.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Scholl, H. (2016). *Instant Profits Guide to Instagram Success*. Estalontech: Hillry School.
- Setiono, E. B. (2020). *Kebudayaan, Ideologi, Revitalisasi dan Digitalisasi Seni Pertunjukan Jawa dalam Gawai*. Semarang: SCU Knowledge Media.
- Soewardikoen, D. D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Sugiyama, Kotaro & Andree, T. (2010). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. McGraw-

Hill Education.

- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, J. . (2021). *Developing Entrepreneurship Character with Strategic Communication*. Surabaya: Penerbit Universitas Ciputra.
- Tasnim. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Triyono, W. & A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yuliantanti, Ana. (2008). *Bekerja Sebagai Desain Grafis*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Waluyo, L. (2021). *Pengantar komunikasi pemasaran digital*. Malang: Madza Media.

Jurnal :

- Aditia, P., Saleha, A., & Sutawikara, E. S. (2018). Hibriditas Dalam Kuliner Bandung: Citarasa Ramen. *Kalatanda : Jurnal Desain Grafis Dan Media Kreatif*, 1(2), 177. <https://doi.org/10.25124/kalatanda.v1i2.1380>
- Agus, A. darmawan. (2021). Analisis Visual Desain Kemasan Kue Mochi Kaswari Lampion Sukabumi. *Jurnal Dasarupa: Desain Dan Seni Rupa*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.52005/dasarupa.v3i1.92>
- Arifrahara, G. (2021). Analisis Penggunaan Tipografi Spasial Sans Serif Dalam Ruang Publik Taman Tematik Kota Bandung. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 92–104. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.3804>
- Ariprahara, G. (2012). Kajian Analisis Identifikasi Iklan Luar Ruang Wall Painting. *Visualita*, 4(1), 1–24. <https://doi.org/10.33375/vslt.v4i1.1108>
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Anak Hebat Indonesia.
- Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). Kajian Pendekatan Visual Iklan Pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(1), 52–58. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v2i1.230>
- Astari, S. P. (2019). Pengaruh Penerapan Tren Budaya Korea (Korean Wave) dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Restoran-Restoran Korea di Kota Bandung). *Encyclopedia of Volcanoes.*, 3, 662.
- Dewi, A. M., Prahara, G. A., & Aulia, R. (2021). Perancangan Strategi Branding Destinasi Wisata Lembang Park & Zoo. ... *of Art & ...*, 8(6), 3214–3220. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/16906%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/16906/16623>
- Hanindharputri, M. A. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase

- Promotion of a Brand) Made Arini Hanindharputri dan I Komang Angga Maha Putra. *Sandyakala : Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, Dan Desain.*, 1(29), 335–343. <http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/article/view/73>
- Hereyah, Y. (2014). Hereyah: Iklan Mobil di Media Cetak : Analisis Elemen Copywriting ... IKLAN MOBIL DI MEDIA CETAK ANALISIS ELEMEN COPYWRITING DAN VISUALISASI DI MAJALAH SWA. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(02), 169–184.
- Herlambang, M. D., Sumargono, I., & Utama, J. (2019). *Perancangan Promosi Destinasi Wisata Situs Percandian Batujaya*. 6(2), 1333–1346.
- Hidayattuloh, M., & Riandy, A. (2019). Digital Brand Building of PT Kereta Api Indonesia Indonesia Through Instagram Account @KAI121. *6th Bandung Creative Movement International Conference in Creative Industries 2019, 2019*, 402–408.
- Karim, A. (2019). Pengaruh Tagline Iklan Versi “Axis Hits Bonus” Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Kartu Axis (Studi Pada Mahasiswa STIE Amkop Makassar). *Movere Journal*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.53654/mv.v1i1.28>
- Novica, D. R., & Hidayat, I. K. (2019). Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang. *JADECS (Journal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies)*, 3(2), 52. <https://doi.org/10.17977/um037v3i2p52-58>
- Putra, A. H. P. K., & Asdi. (2020). The Effect of Marketing Mix (4P) on Buying Decision: Empirical Study on Brand of Samsung Smartphone Product. *Point of View Research Management*, 1(4), 121–130. <https://journal.accountingpointofview.id/index.php/povrema>
- Putri Karmilasari, A., Raharjo, A., Bagus Candra Yana, I., Studi Fotografi, P., Seni Rupa dan Desain, F., & Seni Indonesia Denpasar, I. (n.d.). *MAKANAN KOREA DALAM KARYA FOOD PHOTOGRAPHY*. <https://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/retina/>
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi`ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65–79. <https://doi.org/10.35448/JIEC.V3I1.5515>
- Wicaksono, A., Widyastuti, I. H., Ir, M. T., & Herijanto, W. (2013). *Di Kota Surabaya*. 1(2), 7811.

Internet

Times, IDN. 2018. "Pasta Cabai Khas Korea Ini Dianggap Non Halal", <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/putriana-cahya/pasta-cabai-khas-korea-dianggap-non-halal-ini-lho-faktanya?page=all>, diakses 10 Oktober 2021.

Oktapiana, Febri. 2021. "Wajib Coba! Spicy Won, Tempat Kuliner Ala K-Drama di Kota Bandung", [Info Bandung Kota - Wajib Coba! Spicy Won, Tempat Kuliner Ala K-Drama di Kota Bandung](#), diakses 10 Oktober 2021.

Sawitri, Arum. 2019. "Ching Café Spot Instagramable di Bandung dengan Suasana Korea", <https://phinemo.com/chingu-cafe-spot-instagramable-di-bandung-dengan-suasana-korea/>, diakses 11 Oktober 2021.