

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Mozota, B. B. (2009). *Design Management : Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation*. New York: Allworth Press.
- Nazarudin, H. (2020). *Manajemen Strategik*. Palembang: NoerFikri Offset.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Pearce, J., & Robinson, R. B. (2013). *Strategic Management : Formulation, Implementation, and Control in a Dynamic Environment*. New York: McGraw-Hill
- Schultz, D. E., & Barnes, B. E. (1999). *Strategic Brand Communication Campaigns (5th edition)*. New York, USA: NTC Business Books.
- Smith, P., & Zook, ze. (2011). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media (5th edition)*. London, United Kingdom: Kogan Page.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual-Edisi Revisi*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Wheelen, T., & Hunger, D. (2012). *Strategic Management and Business Policy Toward Global Sustainability (13th Edition)*. New Jersey, USA: Prentice Hall.

Jurnal

- Bakar, Nurunnisa. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Restoran: A Literature Review. *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*. 7. 181-192.
- Lauva, Z., & Basevica, V. (2012). *Causes of long-term consumption and popularity of offers in junk food companies. Economic Science for Rural Development Conference Proceedings*, Vol.29, 37–40.
- Lubis, A. L., & Afriani, M. (2025). *RESTAURANT AND CAFE MARKETING STRATEGY ON INSTAGRAM: TIBAN BATAM CULINARY BUSINESS ANALYSIS*. *JURNAL MANAJEMEN KULINER*, 4(1), 8–16.
- Mulyono, T. T. (2020). FOTOGRAFI INSTAGRAM: STUDI LITERATUR. *Buana Komunikasi* Vol. 01, No. 02
- Oktavia, M. R., & Supriono (2017). ANALISIS PERCEPTUAL MAPPING VALUE PROPOSITION DALAM PEMILIHAN PRODUK-PRODUK BERBASIS E-COMMERCE. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 50 No. 1
- Oscario, A. (2013). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRAND. *HUMANIORA* Vol.4 No.1 April 2013: 191-202
- Pamungkas, D. P. (2016). Analisis *Competitive force* dan *Competitive Strategy* Sistem Informasi Kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina.id). *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, Volume 1, Nomor 2.
- Prabawa, B., & Swasty, W. (2015). *APPLYING STRATEGIC DESIGN TO BUILD BRAND VALUE AND CORPORATE INNOVATION : BANDUNG CREATIVE MOVEMENT. BANDUNG CREATIVE MOVEMENT*, 179.
- Prabawa, B., Aulia, R., Nandya, A., & Wicaksono, S. (2023). PENGGUNAAN DESAIN AUDIT SEBAGAI PENGUKURAN AKTIVITAS DESAIN PADA UMKM KABUPATEN BANDUNG. *Jurnal Demandia: Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan* Vol. 08 No. 02.

Purwanti, Y., & Diana, R. A. (2024). STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN KONSEP *PRODUCT LIFE CYCLE (PLC)* PADA *WEDDING ORGANIZER (WO)* SALMA *WEDDING CONCEPT* DI KOTA BANDUNG. *Edunomika* – Vol. 08, No. 02,

Rahmawati, E. O., & Susanti, E. D. (2024). Strategi *Marketing Mix* dalam Pengembangan Usaha Berdasarkan Analisis *Product Life Cycle (PLC)*: Studi pada Usaha Maharaja Garment Bangkalan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* olume 6 Nomor 6

Setiawan, S. (2024). *BUSINESS MODEL CANVAS*. *Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora*, Vol. 5, No. 2: 199-216

Widjaya, P. G. (2017). ANALISIS *SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING* DAN *MARKETING MIX* PADA PT.MURNI JAYA. *AGORA* Vol. 5, No. 1

Wulandari, R., Polla, J.R., & Novita. (2016). ANALISIS PENINGKATAN DAYA SAING EKSPOR UMKM CENDERAMATA DI JAKARTA. *Jurnal Ekonomi* Volume 7 Nomor 1.

Situs web

Aristawati, T., dan Sabila, R. H. (2024) Industri Kuliner sebagai Warisan Budaya Indonesia <https://unair.ac.id/industri-kuliner-sebagai-warisan-budaya-indonesia/> (Diakses pada 3 Maret 2025)

Kencana Nate. (2024). 8 Jenis Logo Yang Harus Anda Ketahui. <https://www.zarla.com/id/panduan/jenis-jenis-logo> (Diakses pada 5 Juni 2025)

Khairunnisa, N. (2023). Teori Warna: Pengertian, Lingkaran, Skema, dan Konteks. <https://narasi.tv/read/narasi-daily/teori-warna> (Diakses 5 Juni 2025)

Pancawati, MB. D. (2024) Kuliner Indonesia Mendunia, Asa Mendongkrak Pariwisata. <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/01/06/kuliner-indonesia-mendunia-asa-mendongkrak-pariwisata> (Diakses pada 4 Maret 2025)

Rezki, J. F., Riefky, T., Maizar, F. A., Adriansyah, M., & Fitriani, D. (2024). Seri Analisis Makroekonomi: Indonesia Economic Outlook Triwulan III 2024 –

Rentannya Mesin Pertumbuhan Ekonomi. Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia.

<https://lpem.org/wp-content/uploads/2024/08/IEO-Q3-2024-ID.pdf>

(Diakses pada 23 April 2025)

Riadi, M. (2022). Brand Communication (Pengertian, Aspek dan Indikator).

[https://www.kajianpustaka.com/2021/06/brand-communication-](https://www.kajianpustaka.com/2021/06/brand-communication-pengertian-aspek.html)

[pengertian-aspek.html](https://www.kajianpustaka.com/2021/06/brand-communication-pengertian-aspek.html) (Diakses pada 5 Juni 2025)