

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief. (2005). *Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran*.
- Badan Ekonomi Kreatif. (2018). Data Statistik dan Hasil Survei. *Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif*, 23.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Infografis Ringkasan Data Statistik Ekonomi Kreatif*. 9.
- Daud, D. (2013). Promosi Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada Pt. Bess Finance Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 51–59.
- Firmansyah. (2019). *Dinamika Psikologis Korban Fake Account Social Media*.
- Hidayat, A. (2017). Teknik Sampling Dalam Penelitian (Penjelasan Lengkap). Diambil dari statistikan website:  
<https://www.statistikian.com/2017/06/teknik-sampling-dalam-penelitian.html>
- Hidayatullah, N. (2013). *Promosi Penjualan Melalui Jejaring Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Promosi Penjualan melalui Jejaring Sosial Twitter pada "Coffee House Ulee Kareng")*. 66, 37–39.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Indonesia, K. P. R. (2017). *Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andakan*.
- Juliadi, R., Edvi, ;, & Ardani, G. (2019). *Comparative Study of Post-Marriage Nationality Of Women in Legal Systems of Different Countries International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding Jakarta International Conference on Social Sciences and Humanities The Interactivity of*. 110–118.
- Juniffer, Y. (2014). *Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Artotel Butik Hotel Surabaya*. (April).
- Juniman, P. T. (2017). Gaya Hidup Masyarakat Menjadikan Bisnis Kuliner Menjanjikan. *CNN Indonesia*.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media" Business Horizons* 53.
- Kasiram. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Kotler. (2016). *Kotler\_Keller\_Marketing\_Management\_15th.pdf*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2015). *Marketing Management 15th Edition*.
- Maulidia, R. (2018). *Bisnis Kuliner Menjamur, Bagaimana Persaingan di Dalamnya? akurat*.
- Mayfield, A. (2008). What Is Social Media? Diambil dari  
[http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf%0A\(01.05.2011\)](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf%0A(01.05.2011)).
- Pelupessy, M. M. (2018). *Analisis Pengaruh Promosi dan Harga terhadap keputusan pembelian Besi Putih di Kota AMBON ( Studi Empiris pada Toko Besi Putih Asli ( Khas ) Maluku Di Kota Ambon )*. 6, 108.
- Purbohastuti, A. . (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Purnamasari, D. (2018). *Klik, Bagikan, Pesan: Kebiasaan Bersantap di Era*

*Media Sosial.*

- Putri, L. N. S., & Susilowati, I. H. (2017). Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram. *Cakrawala*, XVII(2), 226–236.
- Saleha, I. P. (2016). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Siete Cafe.*
- Sarwono, S. . (2012). *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS.*
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif.*
- Setiawan, S. R. D. (2018). Gaya Hidup Masyarakat Dorong Geliat Industri Waralaba dan Kafe. *kompas.com.*
- Sholihah, A. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi. *信阳师范学院*, 10(2), 1–15.
- Sidik, S. & S. (2018). Gaya Hidup Picu Pertumbuhan Bisnis Waralaba dan Kafe. *tribunnews.*
- Sirnayatin, T. A. (2013). *Membangun Karakter Bangsa Melalui Pembelajaran Sejarah Universitas Pendidikan Indonesia (mixed methods).* 3–4.  
<https://doi.org/10.1103/PhysRevApplied.3.034009>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen.* Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sukidin, Basrowi, & Suranto. (2012). *Manajemen Pendidikan Penelitian.* Insan Cendekia.
- Susandijani. (2017). Media Sosial, Kunci Tren Kuliner Zaman Now, Rasa Urusan Nanti. *tempo.*
- We Are Social. (2020). Digital 2020: Indonesia. *Global Digital Insights*, 17.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, . (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.
- Widodo, Mukhtar, & Erna. (2000). *Konstruksi Ke Arah Penelitian Deskriptif.*
- Wijaya, Y. P. (2014). Pengertian Pengukuran (Measurement), Penilaian (Assessment) dan Evaluasi (Evaluate) dalam Pendidikan. Diambil dari <https://yogapermanawijaya.wordpress.com/2014/10/16/pengertian-pengukuran-measurement-penilaian-assessment-dan-evaluasi-evaluate-dalam-pendidikan/>