

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2015). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Exabytes. (2017). “4 Alasan Utama 80& Bisnis Gagal Di Tahun Ke-3”. [Online]. Diakses 14 November 2019 dari <https://www.exabytes.co.id/blog/4-alasan-utama-80-bisnis-gagal-di-tahun-ke-3/>
- Greenberg, J. and Baron, R.A. (2010). *Behaviour in Organizations: Understanding and Managing the Human Side of Work*. New Jersey: Pearson Education International.
- Kolah, Ardi. (2013). *Guru in a Bottle: Pemasaran Berdampak Tinggi yang Memberikan Hasil*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Marketeers. (2018). “Mencicip Bisnis Restoran Indonesia di 2019”. [Online]. Diakses 14 November 2019 dari <https://marketeers.com/mencicip-bisnis-restoran-indonesia-di-2019/>
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyadi, Seto et al. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan Mixed Method*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Ningsih, Agus Tia. (2017). *Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Telkomsel dalam Mempertahankan Loyalitas Pengguna Tcash di Pekanbaru*. Diakses melalui <https://jom.unri.ac.id>. Pada 14 Desember 2019.
- Okezone. (2019). “Gurahnya Industri Kuliner Bikin Ekonomi Nasional Menggeliat”. [Online]. Diakses 14 November 2019 dari <https://economy.okezone.com/read/2019/01/06/320/2000558/gurahnya-industri-kuliner-bikin-ekonomi-nasional-menggeliat>
- Pramono, dkk. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta : Inti Idayu Press.
- Putra, Nikon A., Nuryadin Sri Andayani, dan Ute Chairus Nasution. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran Freshoes dalam Meningkatkan Jumlah*

- Konsumen*. Diakses melalui <https://jurnal.untag-sby.ac.id>. Pada 14 Desember 2019.
- Santoso, D. H. , dkk. (2017). *Komunikasi Pemasaran dan Pengembangan Potensi Daerah*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Sholihah, Afiffatus. (2018). *Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk The Thailand Pikameame di Yogyakarta*. Diakses melalui <http://digilib.uin-suka.ac.id>. Pada 15 Desember 2019.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tatang. (2016). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Tempo.co. (2019). “Mengapa 90 Persen Bisnis Kuliner di Indonesia Bangkrut”. [Online]. Diakses 15 November 2019 dari <https://bisnis.tempo.co/read/1183146/mengapa-90-persen-bisnis-kuliner-di-indonesia-bangkrut/full&view=ok>
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- TribunJabar.id. (2019). “Bisnis-bisnis Kuliner Milik Artis Ternama ini Sepi Pengunjung, Tutup Permanen Karena Dinilai Buruk”. [Online]. Diakses 15 November 2019 dari <https://jabar.tribunnews.com/2018/07/09/bisnis-bisnis-kuliner-milik-artis-ternama-ini-sepi-pengunjung-tutup-permanen-karena-dinilai-buruk?page=all>
- Utomo, Andika Mohamad Ibak. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Geprek Abang Ireng (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Geprek Abang Ireng dalam Menarik Pembeli)*. Diakses melalui <http://eprints.ums.ac.id>. Pada 14 Desember 2019.
- Vasilev, Egor. (2018). *Marketing communication among tourism companies in Porvoo*. Diakses melalui <https://core.ac.uk>. Pada 15 Desember 2019.
- Wardana, Wikrama. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.