

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Chandra, T. (2022). Pariwisata & Kuliner di Desa Ngargoretno, Kecamatan Salaman, Kabupaten Magelang. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 51–67. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i1.986>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hadiati, M. S., & Surbakti, M. M. S. (2021). Terites, Kuliner Ekstrim Khas Karo Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 21–34. <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1802>
- Hilman, Y. A., & Kartika, T. (2020). Dinamika Kelembagaan Sektor Pariwisata di Kabupaten Ponorogo. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 1(1), 26–37. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v1i1.82>
- Kaharuddin, K. (2020). Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v9i1.4489>
- Nirwana, T. R. B., Hamidah, & Muslimin. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran MS Glow Kepada Konsumen Melalui Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(4), 14. <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i4.189>
- Pangestu, Y. D., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Marketing Mix Produk Makanan Korea Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Home Industry Unniefood Tulungagung. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 680–700. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.111>
- Pramezwarly, A., Juliana, J., & Hubner, I. B. (2021). Desain Perencanaan Strategi Pengembangan Potensi Wisata Kuliner dan Belanja Kota Bandung. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 10–21. <https://doi.org/10.31294/par.v8i1.9205>
- Pranabella, P. G., & Puspasari, D. (2021). Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(08), 1160–1178. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i8.348>
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding Teori dan Perspektif dalam Bisnis*. UB Press.

- Rokhilawati, Y. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Mudharabah di BMT Nusantara Cabang Glenmore. *RIBHUNA: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*.
- Safira, S. N., & Fauziah, S. (2023). Optimalisasi Desa Wisata Melalui Festival Wisata Kuliner Di Desa Kedungpari Jombang. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 7–15. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.837>
- Sari, S., & Indria, I. (2022). Strategi Komunikasi Merek Melalui Pemasaran Berbasis Empati bagi Pelaku UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bengkulu. *DIKSI: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Sosial*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.53299/diksi.v3i1.123>
- Sugesti, S. S. (2021). Strategi Pemasaran 7P Restoran Bertema Autentik di Bale Raos sebagai Potensi Wisata Kuliner di Area Keraton Yogyakarta. *Media Wisata*, 19(2), 198–205. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.135>
- Susanto, A., Sugianto, A., Nurwanto, & Sayidatul, N. (2021). *Kepariwisataan Pesona Wisata Kota Ponorogo*. CV. Pustaka Learning Center.
- Syaifudin, R., Desmawan, D., & Setyadi, S. (2021). Strategi Hotel Branding Akibat Pandemi Covid-19 Studi Kasus pada Hotel Bintang Empat dan Lima di Provinsi Banten. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 243–257. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.20>

