

DAFTAR PUSTAKA

Afrika, N. (2021). Penarapan Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan. 2-4.

Akun Instagram @taichangoreng Sebagai Bagian Promosi Kuliner Indonesia . (2017). *Jurnal Ilmu Komunikasi-MediaKom* .

Dampak Viral Marketing Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Kuliner Melalui Media Sosial Instagram. (2013). *Jurnal Administrasi Bisnis* , 2-6.

Dewi Diniaty, A. A. (2014). perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan. *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri* , 175-184.

Pemanfaat Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandmi COvid 19. (1 Maret 2021). *Chriswardana Bayu Dewa, Lina Ayu Safitri* . , 66-67.

Pemanfaatan Media Sosial Tikok sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid 19. (2012). *Khasanah Ilmu Jurnal Pariwisata Dan Budaya* , 12, 66-68.

Pemanfaatan Media Sosial Titktok sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid 19. (2021). *Chriswardana Bayu Dewa, Lina Ayu Safitri* , 12 Nomor 1, 66-67.

Pemberdayaan Usaha Masyarakat Melalui Branding Produk. (2017). *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI 1* , 54-59.

Pengaruh Destination Branding, media sosial, wisata kuliner dan wisata belanja terhadap keputusan berkunjung Genreasi Y ke Kota Bandung. (2020). *Nurisa Sidabutar* , 1-5.

Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. (2019). *Balai Pngmabangan Sumber daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Infromatika Universitas Hsanudin Makassar* , 130-134.

Peran Media Sosial dalam Perkembangan Industri Kreatif. (n.d.). *Widya Nurianti* .

Peran Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Kreatif. (2019). *Volume 11, No 2. Agustus 2019* , 104.

Peran Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Kreatif. (28 Agustus 2019). *Widya Nurianti* , 104.

Prasita, D. (2008). Analisis Kepuasan Konsumen Dan Bauran Pemasaran (7P). 9-16.

Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Mmempertahanan Kelangsungan Usaha Pada Situasi Pandemi Covid 19 di Kota Jakarta Timur . (2020). *Zein Azhar Ramadhan STIE MAHARDIKA SURABAYA* , 2-6.

Strategi Bauran Pemasaran7P Dalam Bisnis Kecantikan Perspektif Ekonomi Islam. (2016). 21-27.

Strategi Branding Public Relations "Jendela Alam" dalam Mengembangkan Produk Agrowisata. (2018). *Jurnal Komunikasi* , 203-213.

Strategi Marketing Public Relations PTT. Eigerindo Muti Produk Industri. (2016). 1-6.

