

DAFTAR PUSTAKA

- Aristawidia, I. (2018). Kajian Literatur Penerapan Strategi *Branding* Bagi Kemajuan UMKM Di Era *Digital*. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 1(2), 1-13.
- Assauri.s. (2017). manajemen pemasaran. Jakarta: Pt rajagrafindo persada.
- Dewi , R., & Irwan, H. (2021). Perpindahan Promosi Dari *Offline* Ke *Online* Penjualan Produk Makanan Olahan Hui Cilembu Pada Usaha UMKM Kirihuci Selama Masa Pandemi Covid 19 . *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(2), 204-216.
- Handika, M.R, Maradona, A.F, & and Darma. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan *Influencer* Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 15 (2): 188-199.
- Hermawan, H. (2015). Pengaruh Baruan Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Roti Ceri di Jember. *Manajemen dan Bisnis Indonesia*.
- Hunt, S. (2024, 07 5). *Food Photography For Beginners*. Diunduh pada tanggal 5 Juli 2021, dari. <https://www.renoresilient.com>.
- Hurriyati, R. (2015). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Idana, M. (2018). Strategi Media *Daring* Instagram Sebagai Media Promosi SaladNyoo. *Jurnal Islamic Studies*, Vol.6, No.1, pp.14-17.
- JSP. (2019, 7 6). Pengertian *Food Photography* Diakes pada tanggal 6 Juli 2021 dari. <https://apjii.oc.id/pengertian-food-photography/>.
- Landsverk, K. (2014). *The Instagram Handbook: 2014 Edition*. . UK: PrimeHead Limited.
- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan strategi *digital marketing*, teori antrian. Terhadap tingkat kepuasan pelanggan (*Studi Kasus di MyBCA Ciputra World* . Surabaya: *Jurnal Ekonomika* '45,5(1), 39-40.
- Malau, H. (2017). Manajemen Pemasaran . Bandung: Alfabeta.
- Mastura, J., & Noer, F. (2018). Strategi Pemasaran Produk Dan Jasa Mahasiswa PKK Fkip Unsyiah di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 3(2), 73-78.

- Mawahib, M. J. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembeli. Administrasi Bisnis.
- Moleong , M. (2014). Metode Kualiltatif, Edisi Revisi . Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nassrullah, R. (2015). Media Sosial. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Oktaviani, F, & Rustandi, D. (2018). Implementasi *Digital Marketing* dalam Membangun *Brand Awareness*. *Profesi humas: jurnal ilmiah ilmu hubungan masyarakat*, 3(1), 1.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 83-88.
- Rustan. (2020). *Layout*. Jakarta: CV. Nulis Buku Jendela Dunia.
- Swastha, B. (2014). Manajemen Penjualan . Yogyakarta: BPFE.
- Utama, D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital. Bandung: *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 1.
- Yusi , M., & Idris, U. (2020). Statistika Untuk Ekonomi, Bisnis dan Sosial. Yogyakarta: ANDI.