

DAFTAR PUSTAKA

- Adinurani, P. G. (2022). *Statistika Non Parametrik (Aplikasi Bidang Pertanian, Manual, dan SPSS)*. Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Non_Parametrik_Aplikasi_Bidan/Q3N2EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Agustianti, R., Pandriadi, Nussifera, L., Wahyudi, Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I. S., Pawan, E., Ikhran, F., Andriani, A. D., Ratnadewi, & Hardika, I. R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Tohar Media.
https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Dan_Kualit/giKkEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Ajnya, I. G. A. A. M. S. D., Jatra, I. M., Yasa, N. N. K., & Riana, I. G. (2023). *Brand Ambassador, Citra Merek, dan Niat Beli : Konsep dan Aplikasi*. CV Pena Persada.
https://www.google.co.id/books/edition/BRAND_AMBASSADOR_CITRA_MERЕК_DAN_NIAT_BE/NqDLEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Amri, S., & Prihandono, D. (2019). Influence Lifestyle, Consumer Ethnocentrism, Product Quality on Purchase Decision Through Purcahse Intention. *Management Analysis Journal*, 8(1), 25-38.
10.15294/MAJ.V8I1.26057
- Anthony, J. (2023, December 21). *81 Important Food Industry Statistics: 2023 Data Analysis and Market Share*. Financesonline.com.
<https://financesonline.com/food-industry-statistics/>
- APJII. (2023, March 10). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
<https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Brand Finance. (2023). *The annual report on the most valuable and strongest Restaurant brands March 2023*. Brandirectory.
<https://static.brandirectory.com/reports/brand-finance-restrauants-25-2023-preview.pdf>
- Bolang, E. H., Manakeke, L., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Lokasi dan Harga Tiket Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Pada Makatete Hill's Desa Warembungan. *Jurnal EMBA* :

Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 9(1), 1360-1370. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.33041>

- Broom, G. M., Sha, B.-L., & Seshadrinathan, S. (2012). *Cutlip and Center's Effective Public Relations* (S. Seshadrinathan, Ed.; 11th ed.). Pearson Education.
- Cambridge Dictionary. (2023). *CAPTION* | English meaning - Cambridge Dictionary. Cambridge Dictionary. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/caption#google_vignette
- Chalimi, A. N. F. (2021). *Aplikom statistik berbasis SPSS*. Lembaga Chakra Brahma Lentera. https://www.google.co.id/books/edition/Aplikom_statistik_berbasis_SPS_S/i3txEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Pearson.
- CNN Indonesia. (2021, February 7). *Zhang Yong, Raja Restoran Hotpot Jadi Orang Terkaya Singapura*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210201143013-92-600879/zhang-yong-raja-restoran-hotpot-jadi-orang-terkaya-singapura>
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/wY8fEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Fajri, D. L. (2022, August 12). *Feed Instagram Artinya Halaman Profil, Ini Kelebihannya - Lifestyle Katadata.co.id*. Katadata. <https://katadata.co.id/agung/berita/62f618ea8f4ef/feed-instagram-artinya-halaman-profil-ini-kelebihannya>
- Febriyantoro, M. T. (2020). Exploring YouTube Marketing Communication: Brand awareness, brand image and purchase intention in the millennial generation. *Cogent & Business Management*, 7(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1787733>
- First Media. (2022, April 12). *Sejarah Awal Mula Peluncuran Instagram. Sudah Tahu*. First Media. <https://www.firstmedia.com/article/sejarah-awal-mula-peluncuran-instagram-sudah-tahu>

- Fridayani, J. A., & Kusuma, S. E. (2023). *Statistika Inferensial untuk Organisasi dan Bisnis*. Sanata Dharma University Press. https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Inferensial_untuk_Organisasi/hYrcEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Haidilao. (2019). *Brand Philosophy*. About Haidilao. <https://www.haidilao.com/about/manage/#floor1>
- Haidilao. (2019). *Service Introduction*. About Haidilao. <https://www.haidilao.com/about/special>
- Haidilao. (2021). 品牌故事. 海底捞. <https://www.haidilao.com/about/brand>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4(3), 415-424. <https://core.ac.uk/download/pdf/235155705.pdf>
- Hapsari, S. (2021, September 1). 5 Manfaat Fitur Instagram Story untuk Promosi Bisnis - MEDIAINI. <https://mediaini.com/trik/2021/09/01/58098/5-manfaat-fitur-instagram-story-untuk-promosi-bisnis/>
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo. https://www.google.co.id/books/edition/Panduan_Praktis_Mengolah_Data_Kuesioner/WTOyDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Hulu, V. T., & Kurniawan, R. (2021). *Memahami dengan Mudah Statistik Nonparametrik Bidang Kesehatan: Penerapan Software Spss dan Statcal*. Prenada Media. https://www.google.co.id/books/edition/Memahami_dengan_Mudah_Statistik_Nonparam/4lfBEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Hutama, D. J., & Ratnasari, A. (2023). Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Followers Berkunjung ke Cafe. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(1), 377-381. Bandung Conference Series: Communication Management
- Instagram. (2016). *Instagram Stories*. About Instagram. <https://about.instagram.com/features/stories>

- Jayusri, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing dan Daya Tarik Ekowisata Terhadap Revisit Intention pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Provinsi Sumatera Selatan. <http://repo.darmajaya.ac.id/2456/>
- Kemp, S. (2023, February 9). *Digital 2023: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Kominfo. (2015, Agustus 10). *Kementerian Komunikasi dan Informatika*. Kementerian Komunikasi dan Informatika. Retrieved December 28, 2023, from https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/5421/Kemkominfo%3A+Internet%20Jadi+R%20ferensi+Utama+Mengakses+Berita+dan+Infomasi/0/berita_satker
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management, Global Edition* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Machruf, B., Hairunnisa, & Wibowo, S. E. (2018). Peran Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Berkunjung Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman di Wisata Ladang Budaya Tenggara. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 27-41. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=3760>
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2016). *Marketing research : an applied orientation* (7th ed.). Pearson India Education Services.
- Manoban, B. (2022, August 1). *Apa Itu Caption? Ini Pengertian, Fungsi, Tips Membuat, dan Contohnya*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/life/education/seo-intern/caption-adalah?page=all>
- Meliawati, T., Gerald, S. C., & Aruman, A. E. (<https://doi.org/10.29244/jcs.8.1.77-92>). The Effect of Social Media Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 8(1), 77-92. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2018.091861>
- Merdeka.com. (2021, April 11). *Media Sosial adalah Alat Komunikasi Online, Ketahui Jenis dan Fungsinya*. Merdeka.com.

<https://www.merdeka.com/jabar/media-sosial-adalah-alat-komunikasi-online-ketahui-jenis-dan-fungsinya-klm.html>

- Meta. (2023). *Explore News, Careers & More*. About Instagram. <https://about.instagram.com/about-us>
- Minnaar, J. (2022, October 5). *HaiDiLao Hot Pot: Entrepreneurship at Scale*. Corporate Rebels. <https://www.corporate-rebels.com/blog/haidilao-hot-pot-entrepreneurial-at-scale>
- Muhtar. (2023, April 4). *Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. UICI. <https://uici.ac.id/ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia/>
- Nataconnexindo.com. (2019, October 23). *Alasan Pertumbuhan Pengguna Instagram Lebih Bertambah Banyak di Tahun 2019 Dibandingkan Facebook di Indonesia*. Digital Marketing. <https://www.nataconnexindo.com/blog/alasan-pertumbuhan-pengguna-instagram-lebih-bertambah-banyak-di-tahun-2019-dibandingkan-facebook-di-indonesia>
- Pahleviannur, M. R., Grave, A. D., Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Amruddin, Alam, M. D. S., Lisyia, M., Ahyar, D. B., & Sinthania, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kualitatif/thZkEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Pamela. (2023, December 14). *Apa Itu Instagram Shopping dan Cara Mengaktifkannya?* Mekari Qontak. <https://qontak.com/blog/instagram-shopping/>
- Pratama, F. M. (2015). Kredibilitas Informasi Pada Situs Online Review: Pengaruh Valensi Informasi, Identitas Sumber, Kualitas Argumen Pada Kepercayaan Dan Niat Pembelian. <https://repository.unair.ac.id/3390/>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Putra, I. D. P. G. W., & Aristana, M. D. W. (2020). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention (Studi Kasus : SMK Kesehatan Sanjiwani Gianyar). *E-Jurnal Ekonomi dan*

Bisnis Universitas Udayana, 9(11), 1035-1044.
<https://doi.org/10.24843/EEB.2020.v09.i11.p01>

- Putri, V. K. M. (2021, December 29). *5 Prinsip Komunikasi Efektif Berdasarkan REACH*. Kompas.com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/29/110000169/5-prinsip-komunikasi-efektif-berdasarkan-reach>
- Rahmadhany, A., Safitri, A. A., & Irwansyah. (2021). Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(1), 30-43. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.182>
- Rakhmawati, A., Nizar, M., & Murtadlo, K. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth(E-WOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung(Studi Pada Konsumen Kafe Bernuansa Outdoor Di Kota Malang 2019). *Jurnal Sketsa Bisnis*, 6(1), 13-21. <https://doi.org/10.35891/jsb.v6i1.1584>
- Ramadhan, B. (2020, June 22). *10 Manfaat Bagi Brand Jika Konsisten Membuat Konten | by Bagus Ramadhan | TEKNOIA — Inspirasimu untuk Berinovasi dan Bertumbuh*. Medium.
<https://medium.com/teknoia/10-manfaat-konsisten-membuat-konten-9f8ee1ee01>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. Penerbit NEM.
https://www.google.co.id/books/edition/POPULASI_SAMPEL_VARIABEL_DALAM_PENELITIA/ISYrEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_METODOLOGI_PENELITIAN/QPhFDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.

https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/oKdgEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Fundamental_Metodologi_Penelitian_Kuanti/T6RjEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Suharyat, Y. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan*. Wawasan Ilmu.
https://www.google.co.id/books/edition/METODE_PENELITIAN_PENDIDIKAN/QWu1EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- SuperHi-Haidilao. (2022). *Brand Story*. Haidilao.
<https://www.superhiinternational.com/about/brand>
- Trirahayu, A. A., & Putri, B. P. S. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram @amazingtasikmalaya terhadap Minat Berkunjung Followers ke Objek Wisata Tasikmalaya. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 6(2), 4997-5006.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/10541/10396>
- Tysara, L. (2022, July 14). *Pengertian Informasi Adalah Kumpulan Data yang Berguna, Ini Penjelasan Para Ahli*. Liputan 6.
<https://www.liputan6.com/hot/read/5013381/pengertian-informasi-adalah-kumpulan-data-yang-berguna-ini-penjelasan-para-ahli?page=4>
- Wicaksono, M. A. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura terhadap Minat Berkunjung Followers. *JOM FISIP: Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(2), 1-13.
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/16027/15559>
- Wicaksono, P. (2023, January 24). *Mengenal Arti Konten dan Jenis-jenisnya - Sales & Marketing*. QuBisa.
<https://www.qubisa.com/article/arti-konten-dan-jenis-konten>
- Yulianti, C. (2022, November 10). *Jaringan Internet: Pengertian, Manfaat, dan Dampak Penggunaannya*. detikcom.
<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6397268/jaringan-internet-pengertian-manfaat-dan-dampak-penggunaannya>
- Yulianto, A., & Setiadi, R. (2020). *Statistika Bimasakti : Statistika untuk Bisnis Manajemen serta Akuntansi*. CV. Confident.

https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Bimasakti_Statistika_untuk_Bi/JhKHEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Yuliyanti, N. L., & Tagor, R. A. (2022). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram dan Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Berkunjung. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10), 15071-15088. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i10.9687>

Zacharias, T., I.H., W., & Laurens, S. (2019). *Metode Penelitian Sosial Teori dan Aplikasi*. Uwais Inspirasi Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/METODE_PENELITIAN_SOSIAL_TEORI_DAN_APLIK/RXb8DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA