

DAFTAR PUSTAKA

- Amala, H. (2022). Perancangan media promosi di media sosial untuk meningkatkan penjualan produk gula aren Minahasa Selatan. *Manajemen administrasi bisnis dan pemasaran*, [Skripsi, Politeknik Negeri Manado] <http://repository.polimdo.ac.id/id/eprint/3184>
- Amien, N. a. F. E. (2025). Pengaruh bauran promosi dan *brand awareness* terhadap minat beli produk makanan ringan dalam *platform* Tiktok dengan mediasi konten kreatif pada mahasiswa program studi manajemen. *Jurnal Bintang Manajemen*, 3(1), 01–18. <https://doi.org/10.55606/jubima.v3i1.3706>
- Dewi, C. (2022). *Tren bisnis food & beverages menuju 2030*. Lakeisha
- Dietrich, G. (2014). *Spin sucks: communication and reputation management in the digital age*. Que Publishing.
- Efendi, M. S., Fatgehipon, A. H., & H, N. S. (2024). Media sosial Instagram dalam membangun eksistensi diri remaja. *Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara*, 1(2). DOI : 10.55338/jpkmn
- Elli, E. E., Bahfiarti, T., & Farid, M. (2023). Dampak *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk *Big Bananas* di Kota Makassar. *Jurnal Untag Surabaya*, 9(2) 76-93. <https://doi.org/10.30996/representamen.v9i02.9558>
- Hambali, M. A. A., Hidayatulloh, M., & Ariprahara, G. (2023). Perancangan strategi promosi kuliner legendaris Ayam Bakar Rencong. *eProceedings of Art & Design*, [Skripsi, Universitas Telkom] *Telkom Open Library* <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/184782/perancangan-strategi-promosi-kuliner-legendaris-ayam-bakar-rencong.html>
- Ibrahim, F. N., & Abdurrahman, A. (2025). Pengaruh promosi dan *brand image* melalui media sosial terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga. [Skripsi, Universitas Islam Indonesia] *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/40177>
- Illahiyah, M. (2024). Dampak strategi gastrodiploasi thailand melalui citra kuliner di indonesia. (studi kasus: kuliner somtam) [Skripsi, Universitas Nasional]. Universitas Nasional. <https://repository.unas.ac.id/id/eprint/12231/>
- Kinanti, G. W., & Sukripiyanto, N. (2025). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di perusahaan Pia Dua Putri. *Akademika*, 23(1), 25–35. <https://doi.org/10.51881/jak.v23i1.146>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). Harlow: Pearson

- Landa, R. (2010). *Advertising by design: Creating visual communications with graphic impact*. John Wiley & Sons.
- Landa, R. (2015). *Graphic design solutions* (5th ed). USA: Wadsworth Publishing.
- Mulya, B. D., Kharisma, A. P., & Brata, A. H. (2024). Eksperimen perbandingan desain f-pattern dan z-pattern pada perancangan website AKAR studio. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 8(5). <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/13773/6123>
- Naim, J., Hidayat, A., & Bustami, S. Y. (2022). Strategi gastrodipomasi Thailand dalam sektor pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara (studi kasus gastrodipomasi Thailand di Indonesia). *Indonesian Journal of Global Discourse*, 4(1), 35-45. <https://doi.org/10.29303/ijgd.v4i1.46>
- Ningsih, Y. A., & Oemar, E. A. B. (2021). Perancangan *company profile* PT Wiradecon Multi Berkah sebagai media promosi. *Barik-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 2(3), 97-110. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v2i3.42273>
- Paksi, D. F., & Nur, D. (2021). Warna Dalam dunia visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi & Media Baru*, 12(2), 90-97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Parinata, D., & Indonesia, U. T. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi Youtube dan Facebook terhadap hasil belajar matematika. *J. Ilm. Mat. Realis*, 2(1), 11-17. doi:10.33365/ji-mr.v2i1.1061
- Prawira, N. G., Hikmatyar, A. A. P., & Ramadhani, F. S. (2024). Transformasi branding UMKM tradisional di era digital: Studi Kasus Rebranding Cap Dua Putri Menjadi Cirebites. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 10(4). <https://doi.org/10.33633/andharupa.v10i04.9384>
- Purbohastuti, A. W. (2021). The marketing mix effectiveness on Indomaret's consumer purchase decision. *sains manajemen*, 7(1), 1-17. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i1.2707>
- Rahmadani, L., Muspawi, M., & Rahman, K. A. (2025). Teknik observasi, evaluasi, dan umpan balik dalam supervisi pendidikan. *Jurnal Madinasika Manajemen Pendidikan Dan Keguruan*, 6(2), 118-125. <https://doi.org/10.31949/madinasika.v6i2.13691>
- Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., Mukramin, S. U., & Kurnawati, W. O. I. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran. *Journal on Education*, 5(3), 10646-10653.
- Ricardo, T., & Lailita, N. B. (2022). Perancangan dan penerapan strategi promosi atau membangun *brand image* melalui media digital dan pelatihan pada UMKM Cakong. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2), 1442-1451. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/590/449>

- Sari, L. I., Fauziah, A. N., & Putri, L. R. N. A. (2022). Fungsi, tujuan dan bentuk-bentuk promosi. *Dar El-Falah*, 3(2), 41-46
- Schlatter, T., & Levinson, D. (2013). *Visual usability: Principles and practices for designing digital applications*. Newnes.
- Setiawan, H., Alya, N., & Amayati, V. (2025). Analisis tipografi dan tata letak terhadap daya serap informasi dalam media cetak. *Syi'ar Jurnal Ilmu Komunikasi Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1), 42–52. <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3739>
- Sondak, M et al (2025). *Manajemen operasional food & beverage*. Lakeisha
- Stone, T. L., Adams, S., & Morioka, N. (2008). *Color design workbook: a real world guide to using color in graphic design*. Rockport Pub.
- Sugiyama, K. (2010). *The Dentsu way: secrets of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. McGraw-Hill
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. *Alfabeta*
- Sultan Prawira Yoga, M., Saeful Muhtadi, A., & Dulwahab, E. (2025). Pemanfaatan Tiktok sebagai media informasi media massa. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 2(3) 57–78. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i10.943>
- Tjahjono, Y., Tanujaya, A., Setiawan, E., Vanessa, E., Salmun, R., Navania, S., Kencana, S., & Ariawan, E. (2022). Perancangan, implementasi perencanaan bisnis, dan strategi promosi digital bagi UMKM Pempek Cek Nimas di kota Bogor. *Journal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 3(2), 266-284. doi:10.21632/jpmi.3.2.266-284
- Tondreau, B. (2019). *Layout essentials revised and updated: 100 design principles for using grids*. Rockport Publishers
- Tsang, F. J., & Adindarena, V. D. (2022). Eksplorasi penggunaan media sosial sebagai promosi produk. *Juremi Jurnal Riset Ekonomi*, 2(2), 193–210. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i2.2821>
- Vinh, N. X. (2024). The impact of brand orientation on customer behaviour in food and beverage industry (F&B) in the United Kingdoms (UK). *International Journal of Research Publication and Reviews*, 5(4), 6064–6070. <https://doi.org/10.55248/gengpi.5.0424.1081>
- Yunianto, I. (2021). *Teknik fotografi, belajar dari basic hingga profesional*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik