

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, (2012). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Efek Komunitas, dan Daya Tarik Promosi terhadap Sikap Merek dan Implikasinya terhadap Minat Mereferensikan: Studi Kasus pada Konsumen Pembalut Charm Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP Semarang" [Skripsi]. Universitas Diponegoro, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). *Social Media: Defining, Developing and Divining*. Atlantic Journal of Communication, 23(1).
- Comunian, R., & Gilmore, A. (2016). *Higher Education and the Creative Economy*. Routledge.
- Fitriani, K., & Satyarini, R. (2023). Sumber Inovasi Industri Kuliner di Bandung: Dari mana datangnya inovasi? *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume 06(03), 343.
- Hall, C. M., & Weiler, B. (1992). *Special Interest Tourism*. Routledge.
- Howkins, John (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.
- Humas Kota Bandung. (21 Juli 2022). "Tiga sub-sektor ekonomi kreatif jadi andalan Kota Bandung dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19." Diperoleh dari <https://www.bandung.go.id/news/read/6740/gudang-insan-kreatif-ini-3-jagoan-subsektor-ekraf-kota-bandung>
- Hillery, G. A. (1955). *A Definition of Community: The Search for a Common Frame of Reference*. *Sociological Inquiry*, 25(2), 182--209. doi:10.1111/j.1475-682X.1955.tb01301.x
- Katadata. (2023, May 10). Ini Jumlah Pekerja Ekonomi Kreatif di Indonesia, Terbanyak dari Kuliner. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/10/ini-jumlah-pekerja-ekonomi-kreatif-di-indonesia-terbanyak-dari-kuliner>
- Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif. (2014). *Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. Jakarta: PT. Republik Solusi.
- Kumalasari, D. A., Dwi Priambodo, N., & Suhaimi, I. (2020). *Penerapan Belt of Business Ocassion pada Income Pelaku Usaha Kuliner Trendy di Kediri*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. United States of America: Pearson.
- Ministry of Tourism and Creative Economy / Tourism and Creative Economy Agency of the Republic of Indonesia. (2020). *Statistik Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020*.
- Moriansyah, La. 2015. 'Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents danConsequences'. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*Vol. 19 No.3, Desember 2015: 187-196
- Nidar, S. R., Sutisna, S., & Firmansyah, E. A. (2018). Kunjungan Wisatawan dan Bisnis Kuliner di Kota Bandung. *ULTIMA MANAGEMENT: Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 10(01) Diakses dari

<https://ejournals.umn.ac.id/index.php/manajemen/article/view/793>

- Noviana dan Rusydi, —Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe,|| Jurnal visioner & Strategis Vol. 5 No. 1 (Maret 2016): 53
- Purbaningrum, C. W. D. (2020). Inovasi Sebagai Kunci Industri Kreatif Subsektor Kuliner Mendukung Pendapatan Daerah. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 5(2), 1–7.
- Umami, Zahrotul. 2015. ‘Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta’. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 4, no. 2, pp. 195-201
- Sandiaga, S. U. (2024). Menparekraf Sandiaga Uno Sebut 2024 Tren Pariwisata Indonesia Mengarah ke Wisata Minat Khusus. Diakses dari <https://yogya.inews.id/berita/menparekraf-sandiaga-uno-sebut-2024-tren-pariwisata-indonesia-mengarah-ke-wisata-minat-khusus>
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2000. *Consumer Behavior*. 7th edition. New Jersey: Prentice Hall International.
- Suansri, P. (2003). *Community based tourism handbook*. In *Community Based Tourism Handbook*.
- Sugiyono. (2011). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharismi Arikunto, *Dasar – Dasar Research*, (Tarsoto:Bandung, 1995 ), h. 58
- Tuten, Tracy L. (2008). *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Connecticut: Praeger
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif & grounded theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Wijayanti, A. (2020). Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta, Indonesia. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7998>