

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. The Free Press.
- Amanah, D. (2011). Pengaruh promosi dan brand image (Citra produk) terhadap loyalitas pembelian produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Harapan*, 3(3), 221-233.
- Bukit, F. R. A., AS, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 229-236.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi shopee di wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15-30.
- Fill, C. (2013). *Marketing Communications: Brands, Experiences and Participation* (6th ed.). Pearson.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Herdyansah, H. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer*. Salemba Humanika.
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The influence of product mix, promotion mix and brand image on consumer purchasing decisions of sari roti products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 165-174.
- Kertajaya, H. (2006). *Marketing plus 2000/SC siasat memenangkan persaingan global*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Strategi Pemasaran*. Preshallindo.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram@ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23-38.
- Nuryadin, N. (2017). Strategi Pendidikan Islam Di Era Digital. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 3(1), 209-226.

- Nuryadin, R., Nurfadilah, L., & Aprianti, I. (2023). Quality of Service and Price on Customer Satisfaction Coffee Shop in Bandung City (Case Study on Bandung City Coffee Shop Customers). *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 1223-1226.
- Rimayati, E. (2023). *Cyber Counseling: Inovasi Layanan Bimbingan Dan Konseling Di Era Digital*. Asadel Liamsindo Teknologi.
- Shimp, T. A. (2000). *Advertising promotion. Supplemental aspects of integrated* (4th ed., pp. 245-273).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. ANDI.
- Penetrasi Internet di Indonesia Capai 79% pada 2024. (2024). Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/01/penetrasi-internet-di-indonesia-capai-79-pada-2024#:~>
- Sate Ratu, Kuliner Terkenal di Jogja: Harga, Lokasi, dan Jam Buka. (2024). Diakses dari <https://www.detik.com/jogja/kuliner/d-6840072/sate-ratu-kuliner-terkenal-di-jogja-harga-lokasi-dan-jam-buka>
- Sate Ratu, Kuliner Khas Jogja yang Telah Dicipi Turis dari 74 Negara. (2024). Diakses dari <https://www.liputan6.com/hot/read/5283444/sate-ratu-kuliner-khas-jogja-yang-telah-dicipi-turis-dari-74-negara?page=6>
- Sate Ratu. (2024). Diakses dari https://www.google.com/search?q=sate+ratu&rlz=1C5CHFA_enID921ID921&oq=sate+r&aqs=chrome.0.35i39i512i650j46i131i175i199i433i512j69i57j0i512l2j69i60l3&sourceid=chrome&ie=UTF-8#lrd=0x2e7a58f6f39bbad:0xd9f42acc2dd08934,1