

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku:

- Daud, R. F. (2021). *Public Relations dan Brand Image* (Cetakan Pertama). Bintang Pustaka Madani.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual* (Cetakan Pertama). Deepublish.
- Hidayat, T. (2019). *Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Penelitian*. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Nugharani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Panuju. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Kencana.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Setiadi, J. (2016). *Perilaku Konsumen* (Edisi Revisi). Kencana Perdana.
- Sugiyono. (2017). *Penelitian Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Rosda.
- Suryana. (2019). *Komunikasi Pemasaran* (Cetakan Kedua). Universitas Terbuka.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Prenada Media.

Referensi Jurnal:

- Asari, K. I., Budiwiranto, B., & . M. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Halal*

- Network International-Herba Penawar Alwahida Indonesia (Hni-Hpai) Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Muslim Di Bandar Lampung (Studi Pada Business Center Hni-Hpai Cabang Lampung 3). Komunika, 4(2), 150–161. <https://doi.org/10.24042/komunika.v4i2.10422>*
- 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. <https://doi.org/10.30829/Komunikologi.V4i1.7616>*
- Nur'aini, R. D. (2020). *Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. INERSIA: Informasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur, 16(1), 92–104. <https://doi.org/10.21831/Inersia.V16i1.31319>*
- Patria, G., & Meldisia, F. (2022). *Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Pada Pawonputri_Tgr). Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi, 2(1), 642–642. <http://ojs.uib.ac.id/index.php/HUBISINTEK/Article/View/1443>*
- Patty, A. D. P., Rizqi, M., & Pratiwi, N. M. I. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Tiktok Dalam Membangun Brand Image Rolag Café Surabaya. Semakom: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi, 1(1), 1–9. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/Simakom/Article/View/1622/735>*
- Reza, F. (2020). *Strategi Bauran Pemasaran Dalam Mengokohkan Citra Merek (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Warung Kopi Imah Babaturan Di Kota Bandung). Artcomm, 3(1), 1–8*
- Rina, N., & Yuriadi, R. W. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Brand Image Brownies Amanda Sebagai Kue Oleh-Oleh*

Bandung. *Jurnal Lingkar Studi Komunikasi*, 5(1), 2442–4005.
[Http://Journals.Telkomuniversity.Ac.Id/Liski](http://Journals.Telkomuniversity.Ac.Id/Liski)

Rismayanti, P. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi Pada Akun Instagram @kedai_digital*. 2–4

Soleha, M. K., Wijayantini, B., & Hermawan, H. (2022). *Analisis Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tape Prima Rasa*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 113–122.

Sugiana, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). *Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung)*. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.414>

Rujukan Elektronik :

Hipwee. 2023. “Belajar dari Nasib Bisnis Kue Artis Viral yang Kini Hilang Kabar. Sempat Jaya Banget di Masanya”. Melalui www.hipwee.com [1/12/23]

IDN Times. 2018. “7 Hal yang Bisa Dipelajari dari Kesuksesan Bisnis Kue Kekinian Artis”. Melalui www.idntimes.com [21/11/23]

Kartika Sari. 2023. “Tentang” melalui <https://www.kartikasari.com> [21/11/23].

Kompasiana. 2018. “Kue Artis, Fenomena Yang Manis”. Melalui www.kompasiana.com [23/11/23]

Malaika, F. (2020). Kartika Sari Bandung. Melalui Review [LENGKAP] Toko Kue Kartika Sari Bandung 2020 (pinhome.id) [28/11/23]