

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, S., & Dewi, P. T. (2021). dampak covid-19 pada pedagang kaki lima (pkl) di kota serang. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 7(2), 279-298. <https://ejournal.unib.ac.id/jsn/article/view/16090/pdf>
- Aji, F. H. (2015). Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness Dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-10.
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2017). *Pemasaran: Sebuah pengantar* (Edisi global ke-15). Pearson Education Limited.
- Astaivada, T. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian UMKM Jajanan Kuliner. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 3(2).
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1-8.
- Butsi, F. I. (2019). Memahami pendekatan positivis, konstruktivis dan kritis dalam metode penelitian komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(1), 48-55.
- Choirunnisa, C., et al. (2025). Pemanfaatan Sosial Media Marketing dan E-commerce untuk UMKM. *Masyarakat Mandiri*, 2(1).
- Damayanti, A., et al. (2025). Pengaruh E-WOM dan Media Sosial terhadap Persepsi Usaha Kuliner. *JIIP*, 8(2).
- Djadjuli, R. D. (2018). Peran Pemerintah Dalam Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, Vol 5 (2), hal. 10. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/dinamika/article/view/1409>
- Fajar, Ade, 2019, Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Citra Merk dan Kesadaran Merk serta Implikasinya Keputusan Memilih Terhadap Asuransi Syariah. Fokus: Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Indonesia.
- Febriyanti, S., & Handayani, T. (2024). The Influence of Digital Marketing, Word of Mouth on Purchasing Decisions at UMKM Bos Salad. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 12(2).

- Gunawan, G. L. C. (2020). Bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian. *Performa*, 5(2), 166-175.
- Hamizar, A. (2023). Komparasi efektivitas strategi pemasaran pedagang kaki lima pasar tradisional:(Studi kasus pedagang keliling dan pedagang tetap). *Advantage: Journal of Management and Business*, 1(2), 39-48.
- Kotler, P., Pfoertsch, W., & Sponholz, U. (2021). H2H Marketing. *Cham: Springer International Publishing*.
- Krakenn, 2023, Farhan Kebab Edit, "YouTube", https://youtu.be/ieQrSSH4io?si=gK_xQdnUk2KEGSLx.
- Morrisan, M. A. (2015). Periklanan komunikasi pemasaran terpadu. Kencana.
- Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian eksploratif komunikasi. *Jurnal studi komunikasi dan media*, 22(1), 65-74.
- Mukharom, A. Y., Adiyatma, F. R., Selfiana, H., Poespito, D. Y., Oktavia, D., & Rahadhini, M. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kebab Turki Baba Rafi Cabang Mojosoongo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 734-742.
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826-833.
- Nuryana, A., Pawito, P., & Utari, P. (2019). Pengantar metode penelitian kepada suatu pengertian yang mendalam mengenai konsep fenomenologi. *Ensains Journal*, 2(1), 19-24.
- P, J, Donni. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial.
- Prameswari, A. D., & Sitorus, O. F. (2024). Implementasi Strategi Word of Mouth pada UMKM Kuliner. *Jurnal Niara*, 16(3).
- Prasetyo, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kebab Turki Baba Rafi). *JEKOBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 52-62.
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran data primer pada pembentukan skema konseptual yang faktual (studi kasus: skema konseptual basisdata simbumil). *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679-686.

- Prayitno, S. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu-Rajawali Pers. PT. RajaGrafindo Persada.
- Rachmadi, A., Indriyani, S., & Hasbullah, H. (2021). Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Citra Merk Minyak Goreng Sania Pada Pt. Sari Agrotama Persada. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Bandar Lampung*, 11(2), 471-297.
- Rahman, A., et al. (2023). Strategi Pemasaran Media Online pada PKL. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(2).
- Rajasa, E. Z., Manap, A., Ardana, P. D. H., Yusuf, M., & Harizahayu, H. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 451-455.
- Robani, D. R., & Wardhana, A. (2022). Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Bisnis Umkm di Jawa Barat Menghadapi Pandemi Covid-19: Studi Kasus Di Aditi Coffee House and Space. *Jurnal Inspirasi*, 13(1), 156-164.
- Sahrul M, S. (2020). Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Lapangan Pancasila Kota Palopo).
- Saya Intel, 2023, Farhan Kebab, “Youtube”, <https://youtu.be/BchkcUxdG0s?si=eU3HQ7mRjp3Vak31> .
- Setiadi, Y. W., & Ritonga, A. P. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dan Merek Terhadap Minat Beli Pakaian Pedagang Kaki Lima Di Pantai Panjang. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 471-480.
- Stevany Afrizal¹, Putri Tunggal Dewi, (2021). Dampak Covid-19 pada Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Kota Serang.
- Unboxing Yuk, 2021, Kebab Farhan – ASMR Indonesian Street Food Kebab, “YouTube”, <https://youtu.be/f0LE3qUBj0s?si=Uu6U4ZGhrxUhMog-> .
- Utari, G. F., & Aulia, A. S. (2024). Analisis Strategi Pemasaran dengan Media Sosial pada Pedagang Kaki Lima. *JHPP*, 2(1).
- Wardani, S. (2023). Strategi komprehensif untuk pencapaian tujuan bisnis dalam bauran komunikasi pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 39-47.

WillnWin, (2018), Kebab Farhan #ngeshortsdulu #ngeshortsbareng, “Youtube”,
<https://youtube.com/shorts/CJhZc3Etn-M?si=SzNnC8c0oruehghJ> .

Zhafril Setio Pamungkas, (2015) Faktor – Faktor yang Memengaruhi Pendapatan
Kota Malang (Study Kasus Pedagang Kaki Lima Di Wisata Belanja Tugu
Kota Malang)

