

## DAFTAR PUSTAKA

- Albertina, Erica and Sri Maharani, "Perancangan Konten Digital Promosi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang Dalam Era New Normal", *Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata (Barista)*, vol.7, no.1, p.39-47, Jun. 2020. ISSN 2356-1602
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Toni Sitinjak. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar: Melalui Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka.
- Facebook: Tahu Hikmah. (<https://www.facebook.com/tahu.hikmah66/> (2 September 2020)).
- Frazer, Charles. (1983). *Jurnal of Advertising. Creative Strategy: A Management Perspective*.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta. Penerbit ANDI.
- Instagram: @tahuhikmah. (<https://www.instagram.com/tahuhikmah/?hl=en> (2 September 2020)).
- Instagram: @tahutaqwa. (<https://www.instagram.com/tahutaqwa/?hl=en> (2 September 2020)).
- Instagram: @tahu\_tauhid. ([https://www.instagram.com/tahu\\_tauhid/?hl=en](https://www.instagram.com/tahu_tauhid/?hl=en) (7 Juli 2021)).
- Hakim, Budiman. (2005). *Lantaran Tapi Relevan, Dasar-Dasar Kreatif Periklanan*. Yogyakarta. Galangpress.
- Kasilo, Djito. (2008). *Komunikasi Cinta: Menembus G-spot Konsumen Indonesia*. Jakarta. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Kunto, Yohanes S. dan Peter R. Pasla. (2006). *Segmentasi Gaya Hidup Pada Mahasiswa Program Studi Pemasaran Universitas Kristen Petra*. ([http://fportfolio.petra.ac.id/user\\_files/05-011/MAR06010102](http://fportfolio.petra.ac.id/user_files/05-011/MAR06010102)).

- Kotler, P., Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga Group.
- Kotler, P., Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Timur. Erlangga Group.
- KSMTour. (<https://ksmtour.com/pusat-oleh-oleh/oleh-oleh-khas-bandung/tahutau-hid-oleh-oleh-lezat-dan-nikmat-di-lembang-bandung.html> (7 Juli 2021)).
- Mutya, Saipul. *Strategi Media*. (2005). (<https://slideplayer.info/slide/3018624/#:~:text=2%20Strategi%20Media%20Strategi%20media,strategi%20media%20itu%20akan%20dilaksanakan%20>).
- Moriarty, S dan Nancy M., William W. (2011). *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Nurbani, Sri, and Nanda Ayu R. Dewi. "Designing Verbal Message And Visual Media Of Quick Chicken." 6th Bandung Creative Movement 2019, Bandung, Indonesia, October 2019. Telkom University, 2019, pp. 446-450.
- Putra, Ricky W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan*. Yogyakarta. Penerbit ANDI.
- Plumer, Joseph. (1974). *The Concept and Application of Life Style Segmentation*. dalam Journal of Marketing, 33-37.
- Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2019. (2020). (<https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/950/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-beberapa-macam-bahan-makanan-penting-2007-2019.html> (18 April 2021)).
- Sarwono, J., Lubis H. (2007). *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Penerbit ANDI.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Daerah Istimewa Yogyakarta. PT Kanisius.
- Widuri, Sari. *Integrated Marketing Communications 2. Strategi Media & Penentuan Primer Dan Sekunder*. (<https://studylibid.com/doc/435045/memilih-audiens-sasaran-dan-media>).

Shopee: tahu hikmah\_lembang (<https://shopee.co.id/Tahu-Hikmah-Lembang-i.272712606.3637419531> (2 September 2020)).

Tahu Tauhid (<https://tempatwisatadibandung.info/tahu-tauhid-lembang-bandung/> (7 Juli 2021)).

Wisata Kuliner Indonesia (<http://www.banyumurti.net/2009/05/kuliner-94-tahu-tauhid-lembang-bandung.html> (7 Juli 2021)).