

DAFTAR PUSTAKA

- Al Pariz. (2025). *Kuliner Tradisional Aceh sebagai Warisan Budaya Lokal*. Banda Aceh: Penerbit Syiah Kuala University Press.
- Aribowo, R. (2021). *Pengaruh Konten Autentik pada Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Kuliner*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Azmi, F., & Husna, N. (2024). *TikTok sebagai Media Pelestarian Kuliner Tradisional Aceh*. *Jurnal Komunikasi dan Budaya Aceh*, 5(1), 45–56.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Periklanan dan Promosi: Perspektif Komunikasi Pemasaran Terpadu (Edisi Indonesia)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Freddy, R. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hibbatullah, M. (2021). *Pengaruh Integrated Marketing Communication terhadap Kepercayaan Konsumen*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 101–112.
- Hidayat, R. (2024). *Integrated Marketing Communication pada Era Digital*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, D., & Sugandi, A. (2022). *Karakteristik TikTok sebagai Media Komunikasi Digital*. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 4(2), 88–99.
- Mahdani, R., dkk. (2025). *Strategi Digital dalam Pelestarian Kuliner Tradisional Aceh*. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 6(1), 22–34.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2020). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Priansa, D. J. (2021). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmadani, S., & Fitriani, N. (2020). *Pemanfaatan TikTok sebagai Media Promosi UMKM*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 3(1), 55–67.
- Rahmadani, S., & Fitriani, N. (2022). *Komunikasi Pemasaran Digital pada Media Sosial TikTok*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 7(2), 120–132.
- Rahmawati, L. (2022). *Pemanfaatan TikTok dalam Pemasaran Digital UMKM*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 75–86.
- Safrida, N., & Ibrahim, M. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Pelestarian Kuliner Tradisional*. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 2(1), 33–44.
- Sari, P., & Prasetyo, A. (2021). *Efektivitas Konten Video Pendek dalam Menarik Perhatian Konsumen di TikTok*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 90–102.
- Setyani, D. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital bagi UMKM*. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(1), 50–61.
- Shimp, T. A. (2010). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Susanti, E., & Wibowo, A. (2021). *Implementasi Integrated Marketing Communication pada UMKM Berbasis Media Sosial*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 140–152.
- Suryani, T. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. (2019). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (Edisi 5). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Pemasaran Media Sosial* (Edisi Indonesia). Jakarta: Salemba Empat.
- Uluwiyah, N. (2022). *Efektivitas Direct Marketing Berbasis Digital terhadap Respon Konsumen*. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 5(1), 66–78.