

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Building strong brands*. Free Press.
- Ahmed, N., Li, C., Khan, A., Qalati, S. A., Naz, S., & Rana, F. (2021). Purchase intention toward organic food among young consumers using theory of planned behavior: Role of environmental concerns and environmental awareness. *Journal of Environmental Planning and Management*, 64(5), 796–822.
- Anwar, R. (2022). Pengaruh kualitas rasa dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di industri kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 34(2), 128–137.
- Arifin, A., & Ismaya, D. (2021). Potensi pengembangan usaha kuliner berbasis lokal di wilayah perkotaan. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 6(2), 101–110.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). *Consumer behavior* (10th ed.). Cengage Learning.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2005). *Consumer behavior* (10th ed.). Thomson Learning.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. BPFE.
- Hadi, S. (2020). Peran budaya lokal dalam memengaruhi minat konsumen terhadap produk kuliner. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 21(1), 56–63.
- Hadi, T. (2020). Peran sosial dan budaya dalam minat konsumen terhadap produk makanan lokal. *Jurnal Marketing Modern*, 15(2), 35–45.
- Harrigan, P., Evers, U., Miles, M., & Daly, T. (2021). Customer engagement with tourism social media brands. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100789.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Nuraeni, A. (2020). Tren konsumen dan inovasi produk kuliner di Surabaya. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 10(2), 45–58.
- Putra, B. (2021). Dinamika perkembangan industri kuliner di kota besar. *Jurnal Sosiologi dan Perkotaan*, 29(3), 242–255.
- Rachmawati, D. (2017). *Dasar-dasar bisnis kuliner*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Rahman, A. (2021). Pengaruh rasa, kualitas, dan harga terhadap minat beli konsumen di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 36(1), 55–62.
- Rahman, M. (2021). Analisis faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap makanan lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 12–20.
- Sari, R., & Nugroho, A. (2019). Strategi branding dan pemasaran dalam menarik minat konsumen pada produk lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1), 72–84.
- Schiefele, U. (1999). Interest and learning: Theoretical perspectives and empirical research. *Educational Psychology Review*, 11(3), 171–197.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Siregar, H. (2019). Pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen di industri kuliner Surabaya. *Jurnal Pemasaran*, 11(3), 23–35
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson.
- Supranto, J. (2019). *Manajemen pemasaran kuliner*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Yuliana, S., & Dewi, N. K. (2020). Pengaruh promosi digital terhadap minat beli produk kuliner lokal di kota besar. *Jurnal Pemasaran dan Riset Konsumen*, 5(3), 41–50.
- Yuliana, S., & Dewi, R. (2020). Pengaruh media sosial terhadap minat konsumen kuliner di Surabaya. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 8(2), 40–52.