

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A, Myers, J. G. (2000). *Advertising Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Arikunto, S. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara Dokumentasi.
- Berawi, A. R. B., dkk. (2016). *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif Kerjasama Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik*. Jakarta: Direktorat Riset dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Deputi Riset dan Edukasi dan Pengembangan Ekonomi Kreatif.
- Brannan, Tom. (1995). *Pedoman Praktis untuk Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Budiman, A. S. (2003). Minat Mereferensikan dalam Proses Adopsi Konsumen Pasca Masa Edukasi Pasar Fitur GPRS IM3 Smart di Surabaya. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Volume II, No. 1. 1-18.
- Cangara, H. H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Cassirer, E. (1987). *Manusia dan Kebudayaan: Sebuah Esei Tentang Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Craig, J C. & Grant, R M. (2009). *Manajemen Strategi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Creswell, John W. (2012). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daeng , Hans J. (2000). *Manusia, Kebudayaan dan Lingkungan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dilistone, F. W. (2002). *The Power of Symbols*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Echols, John M. & Shadily, Hassan. (1993). *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Edison, E., Yohny A., Imas K. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi dan Perubahan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Ersyad, Y., dkk. (2018) Komunikasi Pemasaran dalam *Positioning* N219 oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero), *Jurnal Kajian Komunikasi*, Volume 6, No.1, 24-36.
- Geertz, Clifford. (1997). *The Interpretation of Cultures*. USA: Basic Books Inc.
- Grunig, James E & Todd Hunt. (1984). *Managing Public Relations*. Chicago: Holt, Rinehart and Winston Inc.
- Indrawati, Veni. (2000). *Manajemen Usaha Boga*. Yogyakarta: UNY Press.
- Isnaini, S. (2009). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Sebagai Penyampai Pesan Promosi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 22(4), 324-332.
- Jefkins, Frank. (1995). *Public Relations*. Ed. Keempat. Jakarta: Erlangga
- Kartajaya, Hermawan. (2004). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Kasali, Rhenald. (1993). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kasali, Rhenald. (2000). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Amstrong, G. (1996). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Prehallindo
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Ed. Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna, N. (2008). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kerelasiaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 12(7), 68-79.
- Lubis, Ridwan. (2015). *Sosiologi Agama Memahami Perkembangan Agama dalam Interaksi Sosial*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Mazur, Laura & Miles, Louella. (2007). *Percakapan dengan Para Master Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Miles, B., Huberman, A. (1994). *Qualitative Data Analysis*. California: Sage Publications.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol. 19 No.3, Desember 2015: 187-196.
- Morissan, M. A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhni, Djuretna A. I. (1994). *Moral & Religi Menurut Emile Durkheim & Henri Bergson*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Muktiyo, Widodo. (2006). *Membangun Usaha dengan Kekuatan Image*. Yogyakarta: Penerbit PINUS
- Peter & Olson. (1999). *Consumer Behavior*. London. Prentice Hall.
- Poerwanto & Sukirno Z. L. (2016). *Komunikasi Bisnis Perspektif Konseptual dan Kultural*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.
- Reagan, M. R & Rosilawati, Yeni. (2009). Strategi *Positioning* Slank dalam Menanamkan Citra Sebagai Salah Satu Grup Band di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 6 No. 1. 87-118.
- Ries, Al & Trout, Jack. (2002). *Positioning: The Battle for Your Mind*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Siagian, Sondang P. (2008). *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Shimp, Terence A. (2013). *Komunikasi Pemasaran terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Soemirat, S. & Ardianto, E. (2014). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Sutojo, Siswanto. (2004). *Membangun Citra Perusahaan Sebuah Sarana Penunjang Keberhasilan Pemasaran*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Sambas, Syukriadi. (2016). *Antropologi Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tasmara, Abdullah. (2002). *Agama, Etos Kerja dan Perkembangan Ekonomi*. Jakarta: LP3ES.
- Thamrin, Sylvia D. (2003). Studi Mengenai Proses Adopsi Konsumen Pasca Masa Tayang Iklan Produk “Xon-Ce” di Surabaya. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Volume II, No. 2. 141-154.
- Wish, John R, Donald & Steely, Stephen E. Tritten. (1978). *The Consumer The Art of Buying Wisely*. Prentice Hall. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Yin, R. K. (2013). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Zainal, V. R., dkk. (2017). *Islamic Marketing Management Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Online

www.instagram.com/preksu

Fery Atmaja dalam Kinasih, Nining, 13 Desember 2017, Harbolnas, *Halal Industry: Ajang Inovasi dan Cari Berkah*, <http://swarakampus.com/web/2017/12/13/harbolnas-halal-industry-ajang-inovasi-dan-cari-berkah/>

Helmrich, Brittney. 11 Januari 2016. *Instagram for Business: Everything You Need to Know*. <http://www.businessnewsdaily.com/7662instagrambusiness-guide.html>. Diakses 6 Juni 2016.

<http://solo.tribunnews.com/2018/01/17/rumah-makan-ayam-geprek-susu-yogyakarta-di-dekat-uny-ini-kental-nuansa-islamnya>

<http://jogja.tribunnews.com/2018/02/25/warung-ini-gratiskan-konsumen-yang-berpuasa-sunnah-dan-baca-surat-al-kahfi>

<https://www.islampos.com/maaf-kami-shalat-dulu-48473/>

<http://rona.metrotvnews.com/wisata-kuliner/dN6B85rN-menikmati-hidangan-ayam-preksu-di-yogyakarta>

<https://kumparan.com/tugujogja/ayam-geprek-menu-favorit-warga-yogyakarta-segala-usia-1522211311790>

www.radiomuslim.com

www.instagram.com/radiomuslimjogja

<https://kpmi.or.id/>

<https://youtu.be/9Fmlg4ieBbs>