

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. N. (2021). CLUSTERING PENYAKIT DBD PADA RUMAH SAKIT DHARMA KERTI MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS. *Information System and Emerging Technology Journal*, 99-105.
- Alamsyah, A., Saputra, M. A., & Masrury, R. A. (2019). Object Detection Using Convolutional Neural Network To Identify Popular Fashion Product. *Journal of Physics: Conference Series*.
- Alia, L. S. (2023). KLASIFIKASI JENIS SAMPAH MENGGUNAKAN IMAGE CLASSIFICATION CONVOLUTIONAL NEURAL NETWORK. *American Marketing Association*. (2017). Diambil kembali dari Definitions of Marketing: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Angelica, G. (2023, January 13). 4 Alasan Pentingnya Inovasi Saat Merintis Bisnis Kuliner. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://umkm.kompas.com/read/2023/01/13/161450783/4-alasan-pentingnya-inovasi-saat-merintis-bisnis-kuliner?page=all>
- Ardiansyah, S. S., Salsabilla, D., Arini, V. Q., Triwidyatmoko, Y., & Putri, A. M. (2021). Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada KFC) . *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2965-2972.
- Budhiman, I. (2017, September 29). *Emil Bersyukur Bandung Ditetapkan sebagai Destinasi Wisata Kuliner Nasional Artikel ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul "Emil Bersyukur Bandung Ditetapkan sebagai Destinasi Wisata Kuliner Nasional", Klik selengkapnya di sini: https://bandung.bisn*. Diambil kembali dari <https://bandung.bisnis.com/read/20170929/549/1107772/emil-bersyukur-bandung-ditetapkan-sebagai-destinasi-wisata-kuliner-nasional#:~:text=Bisnis.com%20%20BANDUNG%20%2D%2D%20Kota,ragam%20kuliner%20yang%20cukup%20variatif>.
- Dimiyati, M. (2019). *Metodologi Riset Pemasaran*. Mitra Wacana Media.

- Dinata, R. K. (2020). Analisis K-Means Clustering pada Data Sepeda Motor. *Informatics Journal*.
- Fadhli, K., Komari, M., Rahmatika, A. N., & Ismail, A. N. (2021). PENGARUH PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV. AFKO GROUP JOMBANG. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 855-863.
- Fahmi, Arianti, M., & Irawan, H. (2020). Business to Business Marketing Strategy Planning for the SME Marketplace of XYZ. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation*, 20-28.
- Fatimah, S. E., & Purdianto, A. (2023). COMPETITIVE ADVANTAGE MODEL OF CULINARY MSMES IN WEST JAVA. *Journal of Universal Studies*, 74-82.
- Gusti, M. (2020, Agustus 9). *Ini Fungsi dan Kegunaan Hashtag atau Tagar di Media Sosial*. Diambil kembali dari Kompas: <https://www.kompas.tv/article/100414/ini-fungsi-dan-kegunaan-hashtag-atau-tagar-di-media-sosial>
- Hadi, S. (2019). Model Manajemen Strategi Dakwah di Era Kontemporer. *Al-Hikmah*, 69-78.
- Hafizah, N., & Syarif, W. (2019). IDENTIFIKASI TITIK KRITIS KEHALALAN PANGAN DI RUMAH MAKAN KOTA PADANG. *Jurnal Kapita Selekta Geografi*, 103-111.
- Han, Y., & Lee, H. (2021). Lifestyle Experiences: Exploring Key Attributes of Lifestyle Hotels Using Instagram User-Created Contents in South Korea. *Sustainability*, 2591.
- Haryono, H. F. (2018). PENGARUH INTERNET DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP POLAPERILAKU KOMUNIKASI DIMASYARAKAT.
- Hellström, M., & Ramberg, U. (2019). Senior public leaders' perceptions of business intelligence. *International Journal of Public Leadership*.
- Heryana, D., Setiawati, L., & Suhendar, B. (2019). SISTEM INFORMASI DAN POTENSI MANFAAT BIG DATA UNTUK PENDIDIKAN. *GUNAHUMAS*, 350-357.

- Himawan, A., Ma'arif, M. R., & Aesy, U. S. (2021). Analisis Hashtag pada Twitter untuk Eksplorasi Pokok Bahasan Terkini Mengenai Business Intelligence. *JISKA*, 106-112.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis : Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Inflact.com. (2022). Diambil kembali dari HASHTAG GENERATOR FOR INSTAGRAM: <https://inflact.com/tools/instagram-hashtag-generator/#/search/>
- Irawan, B. R. (2015). DAMPAK INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN (STUDI KASUS PADA PELUNCURAN PRODUK BARU DALAM INDUSTRI ROKOK). *AGORA*, 127-137.
- Irwanto, & Hariatiningsih, L. R. (2019). Aktivitas Santap dan Minum Generasi Z pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 141-154.
- Jannah, M., Irawati, A., & Purnomo, H. (2019). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM BATIK GEDOG KHAS TUBAN. *Eco-Entrepreneurship*, 33-47.
- Kannoja, S. P., & Jaiswal, G. (2018). Effects of Varying Resolution on Performance of CNN based Image Classification: An Experimental Study. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 451-456.
- Kemp, S. (2022, February 15). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. Diambil kembali dari DATAREPORTAL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kholik, A. (2021). KLASIFIKASI MENGGUNAKAN CONVOLUTIONAL NEURAL NETWORK (CNN) PADA TANGKAPAN LAYAR HALAMAN INSTAGRAM. *JDMSI*, 10-20.
- Kiourt, C., Pavlidis, G., & Markantonatou, S. (2020). Deep learning approaches in food recognition. *arXiv*.
- Kusumawardani, E. F., & Adi, A. C. (2017). AKTIVITAS FISIK DAN KONSUMSI KEDELAI PADA REMAJA PUTRI YANG MENGALAMI PREMENSTRUAL SYNDROME DI SMKN 10 SURABAYA. *Jurnal Media Gizi Indonesia*, 54-63.

- Lapian, A. A., Massie, J., & Ogi, I. (2016). PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA PT. BPR PRISMA DANA AMURANG. *Jurnal EMBA*, 1330-1339.
- Latupeirissa, A., & Wijono, S. (2022). Hubungan Self-Esteem dengan SelfPresentation pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram. *Journal Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 226-234.
- Muharam, R. R., Damayanti, I., & Ruhayati, Y. (2019). Hubungan Antara Pola Makan Dan Status Gizi Dengan Tingkat Kebugaran Atlet Dayung. *JOURNAL OF SPORT SCIENCE AND EDUCATION (JOSSAE) VOL: 4*, 15-20.
- Nafah, H. K., & Purnaningrum, E. (2021). PENGGUNAAN BIG DATA MELALUI ANALISIS GOOGLE TRENDS UNTUK MENGETAHUI PERSPEKTIF PARIWISATA INDONESIA DI MATA DUNIA. *Snhrp*, 430-436.
- Napoleoncat.com*. (2022, Oktober). Diambil kembali dari Instagram users in Indonesia: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/10/>
- Nasution, D. A., Khotimah, H. H., & Chamidah, N. (2019). PERBANDINGAN NORMALISASI DATA UNTUK KLASIFIKASI WINE MENGGUNAKAN ALGORITMA K-NN. *Journal of Computer Engineering System and Science*, 78-82.
- Naufal, M. F. (2021). ANALISIS PERBANDINGAN ALGORITMA SVM, KNN, DAN CNN UNTUK KLASIFIKASI CITRA CUACA. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 311-318.
- Naufal, M. F., Huda, S., Budilaksono, A., Yustisia, W. A., Arius, A. A., Miranti, F. A., & Farrel Arghya Tito, F. A. (2021). Klasifikasi Citra Game Batu Kertas Gunting Menggunakan Convolutional Neural Network. *Techno.com*, 166-175.
- Novianti, E., Tahalea, S. A., & Malcheni. (2021). Pelatihan Foto Makanan Dengan Menggunakan Kamera Handphone Untuk Komite Sekolah TK Tunas Muda I IKKT. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 967-976.

- Nurtjahjani, F., Rachmi, A., & Masreviatuti. (2017). PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TELKOM SPEEDY DI PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA CABANG MALANG. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 107-114.
- Pasaribu, R. M., Hutapea, H. D., Pasaribu, H. D., & Matondang, V. (2022). Pendampingan Umkm : Bagaimana Melakukan Riset Pasar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 65-71.
- Rahmah, S. A. (2020). KLASTERISASI POLA PENJUALAN PESTISIDA MENGGUNAKAN METODE K-MEANS CLUSTERING (STUDI KASUS DI TOKO JUANDATANI KECAMATAN HUTABAYU RAJA). *Journal of Information Technology Research*.
- Ramadhani, D. P., Setiawan, I. S., & Alamsyah, A. (2022). The Mobility, Sentiment and Problems Identification Analysis in Tourism Industry using Social Media Data. *ICOICT*.
- Redaksi JNEWS. (2020, Agustus 10). *Duh! Ini 5 Bisnis Kuliner Artis yang Bangkrut*. Diambil kembali dari <https://jnewsonline.com/duh-5-bisnis-kuliner-artis-yang-bangkrut/>
- Riyanto, G. P. (2021, Oktober 30). *Mengenal Meta, Perusahaan Baru Facebook, Instagram, dan WhatsApp* Artikel ini telah tayang di *Kompas.com* dengan judul "Mengenal Meta, Perusahaan Baru Facebook, Instagram, dan WhatsApp", *Klik untuk baca: <https://tekno.kompas.com/read/2021/10/30/08040097/me>*. Diambil kembali dari *Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2021/10/30/08040097/mengenal-meta-perusahaan-baru-facebook-instagram-dan-whatsapp?page=all>*
- Rohim, A., Sari, Y. A., & Tibyani. (2019). Convolution Neural Network (CNN) Untuk Pengklasifikasian Citra Makanan Tradisional. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7037-7042.
- Rohmiyat, Y. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *ANUVA*, 29-42.
- Salman, Subli, M., & Efendi, M. M. (2022). PENERAPAN SISTEM BUSINESS INTELLIGENCE (BI) SEBAGAI PENDUKUNG PENGAMBILAN

KEPUTUSAN REKRUTMEN DAN SELEKSI CALON MAHASISWA BARU DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS :UNIVERSITAS TEKNOLOGI MATARAM). *Jurnal Manajemen Informatika & Sistem Informasi*, 116-126.

- Santoso, R. E., Prawiyogi, A. G., Rahardja, U., Oganda, F. P., & Khofifah, N. (2022). Penggunaan dan Manfaat Big Data dalam Konten Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 88-91.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL.
- Setiawan, T. F., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2018). Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong). *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*.
- Setio, P. B., Saputro, D. R., & Winarno, B. (2020). Klasifikasi dengan Pohon Keputusan Berbasis Algoritme C4.5. *Prosiding Seminar Nasional Matematika*, 64-71.
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 44-51.
- Singla, A., Yuan, L., & Ebrahimi, T. (2016). Food/Non-food Image Classification and Food Categorization using Pre-Trained GoogLeNet Mode. *Proceedings of the 2nd International Workshop on Multimedia Assisted Dietary Management*.
- Sivarajah, U., Irani, Z., Gupta, S., & Mahroof, K. (2020). Role of big data and social media analytics for business to business sustainability: A participatory web context. *Industrial Marketing Management*, 163-179.
- Syahdan, Ridwan, M. M., Ismaya, Aminullah, A. M., & Elihami, E. (2021). ANALISIS PENERAPAN SISTEM KLASIFIKASI DDC DALAM PENGOLAHAN PUSTAKA . *Jurnal Edukasi Nonformal*, 63-80.
- Tawaqkal, M. I. (2022). Esteem Society : Menakar Mode Konsumerisme Baru Dalam Food Photography Di Kota Malang. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 2597-4300.

- Timoshenko, A., & Hauser, J. R. (2019). Identifying Customer Needs from User-Generated Content. *Marketing Science*, 1-20.
- Timotius, K. H. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 43-57.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 43-57.
- Utomo, C. E. (2019). Implementasi Business Intelligent dalam e-Tourism Berbasis Big Data. *Journal of Tourism and Creativity*, 163-178.
- Wijandari, A., & Sumilah, N. (2021). Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKMKecamatan Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 61-64.
- Winarni, E. W. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif Penelitian Tindakan Kelas (PTK) : Research and Development (R and D)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yuhendri. (2022). Inovasi untuk Keberlanjutan Usaha Kuliner. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 32-40.