

## DAFTAR PUSTAKA

- Almli, Valérie Lengard, Wim Verbeke, Filiep Vanhonacker, Tormod Næs a, Margrethe Hersleth. 2011. General image and attribute perceptions of traditional food in six European countries. *Journal Food Quality and Preference* 22 (2011): 129–138 Contents lists available at Science Direct. Journal homepage: [www.elsevier.com/locate/foodqual](http://www.elsevier.com/locate/foodqual).
- Arsyad, Nurul Ifada. 2013. *Penjual Pisang Epe di Kota Makassar (Suatu Studi Antropologi Perkotaan)*. Skripsi. Makassar.
- Chandra, Budiman. 2006. *Pengantar Kesehatan Lingkungan*. Jakarta: EGC.
- Eziswita, Tri Sukma. 2021. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*.
- Fakhriani, K., D. 2015. *Kajian Etnobotani Tanaman Pisang (Musa sp) di Desa Bulucenrana Kecamatan Pitu Riawa Kabupten Sidrap*. Skripsi. Makassar.
- Geertz, Clifford. 1992. *Tafsir Kebudayaan* (Terjemahan Fransisco Budi Hardiman, dari judul asli: *The Interpretation of Cultures*). Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Guerrero, L., Claret, A., Verbeke, W., Enderli, G., Biemans, S.Z.,

- Vanhonacker, F., Issanchou, S., Sajdakowska, M., Granli, B.S., Scalvedi, L., Contel, M., Hersleth, M. (2010). Perception of Traditional Food Products in Six European Regions Using Free Word Association. *Food Quality and Preference*, 21, 225-233.
- Hamdat, Supriadi. 2010. *Budaya Pangan dan Gaya Hidup Keluarga Makassar dalam Perspektif Antropologi*. Makassar: ASPublishing.
- Handika, R., m., dan Darma, S.,G. 2018. Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Denpasar.
- Hoogvelt Ankie, 1995, *Sosiologi Masyarakat Sedang Berkembang (Penyadur Alimandan)*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Howkins. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Allen Lane: The Penguin Press.
- Jannah, Nurul. *Ekonomi Kreatif Sektor Kuliner di Kota Makassar (Transfer Pengetahuan Kewirausahaan Pada Bisnis Keluarga Kuliner Coto Makasar)*. Skripsi. Makassar.
- Lauer, Robert, 1993, *Perspektif Tentang Perubahan Sosial*, diterjemahkan oleh Alimandan SU, Rineka Cipta, Jakarta.
- Lazuardi dan Triady. 2015. *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. Jakarta: PT. Republik Solusi.
- Pieniak, Z., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Guerrero, L., & Hersleth, M. (2009). Association between Traditional Food Consumption and

- Motives for Food Choice in Six European Countries. *Appetite Journal*, 53, 101- 108.
- Poloma, Margaret M., 1994, *Sosiologi Kontemporer*, diterjemahkan oleh Tim penerjemah Yasogama, Raja Grafindo, Jakarta.
- Puspita, Marcella dan Aprilia, Adriana. 2020. *Fakto-Faktor Pendorong Konsumen Surabaya Membeli Makanan dan Minuman Melalui Aplikasi Gofood dan Grabfood*. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Surabaya.
- Rahman, Fadly. 2016. *Jejak Rasa Nusantara – Sejarah Makanan Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sariamanah, Munir, Agriansyah. 2016. *Karakterisasi Morfologi Tanaman Pisang (Musa paradisiaca L) di Kelurahan Tobimeita Kecamatan Abeli Kota Kendari*. *Jurnal AMPIBI* 1(3) hal. (32-41).
- Sastroamidjojo, S. 1995. *Makanan Tradisional, Status Gizi, dan Produktivitas Kerja*. Dalam *Prosiding Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional*. Jakarta: Kantor Menteri Negara Urusan Pangan. Hal 62-66.
- Sukri, dan Arisandi, Diki. 2017. *Analisis Strategi Pemasaran dengan Media Sosial Produk Kuliner Usaha Kecil dan Menengah di Pekanbaru*. Pekanbaru.
- Sulaiman, Munandar. 1998. *Dinamika Masyarakat Transisi*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.