

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, L. S., & Hidayati, N. I. (2023). Analisis Segmentasi Targeting Positioning (STP) Pada UMKM Keripik Talas Cap Imas Food di Ngambal Pasuruan. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(5), 530–540.
- Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 37.
- Aisyah, N. E., Fauji, D. A. S., Puspasari, I. D., Rahadjeng, R. E., Nurjannah, D., Subhan, E. S., Mahmud, Saptaria, L., Rahman, F., Arisman, & Utami, B. (2021). *Tranformasi Bisnis Digital* (D. I. Puspasari, Ed.). Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Anna, E. I. (2022). Strategi Dalam Pemasaran Online Guna Meningkatkan Hasil Penjualan (Studi Kasus Sambal Seruit Bu Lin di Bandar Lampung). *Jurnal Multimedia dan Android*, 3(2).
- Annur, C. M. (2024, Maret 1). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Databoks. Diakses pada 17 Juli 2024, jam 20.05, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>

- Arifen, S. R., Purwanty, V. D., Suci, D. A., Agustiawan, R. H., & Sudrajat, A. R. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM*.
- Armayani, R. R., Chintiya Tambunan, L., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920–8928.
- Astria, D., & Santi, M. (2021). Pemanfaatan Aplikasi WhatsApp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 08(02), 246–270.
- Cahyanti, N. K. N., & Suwintari, I. G. A. E. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Restoran Happy Chappy Seminyak. *PARIS (Jurnal Pariwisata dan Bisnis)*, 02(3), 754–769.
- Claudia, L. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19 di Warung Bintangbali, Ubud. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis*, 1(3), 697–715.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62–76.
- Haile, M., & Krupka, J. (2016). Fuzzy Evaluation of SWOT Analysis. *International Journal Supply Chain Managamenet*, 5(3).

- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro – Bunda Culinary. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 127–138.
- Jannatin, R., Wardhana², M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM*.
- Kemp, S. (2024, Februari 21). *Digital 2024: Indonesia*. Datareportal. Diakses pada 17 Juli 2024, jam 21.20 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. Kogan Page.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional ke Digital* (A. Tarigan, Ed.). PT Gramedia Pustaka Utama. Di akses pada 01 Januari 2024, jam 20.00, dari <http://mpe.fe.unp.ac.id/sites/default/files/marketing%204.0.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Global Edition)* (13 ed.). Pearson Education Limited.
- Ma'dika, M. P., Sastrawan, E., & Samudra, S. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Jaringan Pemasaran Sweet Banana Di Kota Palu. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(1), 366–377.

Muhammad Idrus. (2009). *Metode penelitian ilmu sosial : pendekatan kualitatif dan kuantitatif* (Y. S. Hayati, Ed.; 2 ed.). Erlangga.

Muhammad, N. (2024, Mei 20). *Milenial Mendominasi Kelompok Pengguna Facebook Indonesia April 2024*. Databoks. Diakses pada 17 Juli 2024, jam 09.27, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/05/20/milenial-mendominasi-kelompok-pengguna-facebook-indonesia-april-2024>

Mulyati, & Suhaety, Y. (2021). Peranan Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dalam Meningkatkan Pemberdayaan Perempuan di Desa Matua Kecamatan Woja Kabupaten Dompu. Dalam *Ainara Journal* (Vol. 2, Nomor 3).

Mustajab, R. (2023, September 4). *Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023*. DataIndonesia.id. Diakses pada 20 Desember 2023, jam 13.40, dari <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>

Nabilah Muhammad. (2023, Oktober 13). *Usaha Mikro Tetap Merajai UMKM, Berapa Jumlahnya?* databoks. Diakses pada 20 Desember 2023, jam 13.50, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/13/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya>

Ndung'u, J. M., & Mutinda, J. (2022). Effect Of Search Engine Marketing On The Performance Of Kenya's Top 100 Medium-Sized Companies. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 10(1), 502–508.

Nisa, K. (2020). Strategic Management Analisis SWOT Pada Produk Cakekinian. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5).

Novianto, K. (2019). *Business Model Canvas - The Foundation Micro Apartment (Final Project)*. Diakses pada 08 Januari 2024, jam 22.04, dari <http://202.93.229.230/bitstream/handle/123456789/685/KrisnaNovianto201621308-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Nurhadi, N. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah. *Human Falah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 141–157.

OC Ferrell, M. D. H. dan H. B. W. (2021). *Marketing Strategy*. Cengage Learning. Diakses pada 07 Januari 2024, jam 20.44, dari <https://opentrolley.co.id/book/9780357516300/marketing-strategy-8-e>

Oktavia, R. A. (2021). Pemanfaatan Digital Content Media Sosial TikTok Dalam Proses Pemasaran Produk. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.

Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2013). *Strategic Management: Planning For Domestic & Global Competition* (13 ed.). McGrawHill Education.

- Pertiwi, F. G., & Nivak, C. L. H. (2021). Strategi Pemasaran Dan Promosi Secara Online Melalui Instagram Di Cimory On The Valley. *Jurnal Destinasi Pariwisata* , 9(2).
- Prasad, Dr. G. N. R., & Chandrika, Dr. T. S. P. (2022). The Role of an On-Page Optimization for an Effective Digital Marketing. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 3409–3412.
- Probosari, N., Kusmayadi, A., Wijayani, A., Ardhanariswari, K. A., Siregar, I. R. P. S. N., & Viyani, A. O. (2023). *Weaving Collaboratively for Competitiveness: Revitalizing Sumbawa's Weaving Industry*. 157–170.
- Purnomo, Y. J. (2023). Digital Marketing Strategy to Increase Sales Conversion on E-commerce Platforms. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 54–62.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Diakses pada 02 Januari 2024, jam 23.30, dari <https://www.gramedia.com/products/analisis-swot-teknik-membedah-kasus-bisnis-cover-baru>
- Ridwan, M., & Hanafiah, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Kedai Kopi Om Bewok. *Business, Entrepreneurship and Finance*, 1(3).
- Safitra, R. (2017). *Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea*. 6(1).

- Sahir, S. H., Mardia, Mistriani, N., Sari, O. H., Dewi, I. K., Purba, B., Sudarso, A., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., Munthe, R. N., Gandasari, D., & Murdana, I. M. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Kita Menulis.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif* (H. Upu, Ed.). Pustaka Ramadhan.
- Sari, D. P., & Oktafianto, A. (2017). *Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan Matriks IFAS - EFAS Pada CV. Dynasty*.
- Sidiq, U., & Choiri, Moh. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (A. Mujahidin, Ed.; Cetakan Pertama). CV. Nata Karya.
- Startup Studio Indonesia. (2023, September 24). *5 Jenis Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Bisnis*. StartupStudio.id. Diakses pada 08 Januari 2024, jam 19.23, dari <https://startupstudio.id/lima-jenis-strategi-digital-marketing-untuk-tingkatkan-bisnis/>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*.
- TL Wheelen, & JD Hunger. (2012). *Strategic Management and Business. Policy: Toward Global Sustainability*.
- Trishartanto, P., Mukery, M., & Fathoni, A. (2018). *Analisis EFAS-IFAS Dikaitkan Dengan Regulasi Industri Pengiriman Via Airfreight Pada PT. Angkasa Pura Logistic Cabang Semarang (Studi Kasus pada Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang)*.
- Wati, K. M. (2023). Analysis of financial statements in measuring the performance of UMKM in Mamuju Regency (Case Study on the Al-

Kahfi Food Business Group). *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 14(2), 415–418.

Widjaya, P. G. (2017). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix Pada PT. Murni Jaya. *Agora*, 5(1).

Widowati, I., Riany, D. A., & Andrianto, F. (2022). Analisis SWOT Untuk Pengembangan Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada UMKM Papat Sodara Food Purwakarta). *Jurnal Teknologika (Jurnal Teknik-Logika-matematika)*, 12(1).

Yakob Utama Chandra. (2023, Maret). *Sejarah dan Evolusi Pemasaran Digital*. Binus University School of Information Systems. Diakses 18 Januari 2024, jam 19.30, dari <https://sis.binus.ac.id/2023/04/03/sejarah-dan-evolusi-pemasaran-digital/>

Yansahrita, Fauzi, & Irviani, R. (2023). *Digital Marketing: Sebagai Strategi Pemasaran Produk Home Industry di Wilayah Oku Timur*. 6(1).