

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, L. Z. (2021). *Optimalisasi Kinerja Karyawan Menggunakan Pendekatan Knowledge Management & Motivasi Kerja*. Pasuruan: Qiara Media.
- Anam, K. (2021, Desember 8). *Ini Software Monitoring Tools Khusus E-Commerce & Marketplace*. From CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211208121238-37-297626/ini-software-monitoring-tools-khusus-e-commerce-marketplace>
- Ang, L. (2021). *Principles of Integrated Marketing Communications*. Cambridge University Press.
- Anindyaputri, R., Rusmana, A., & Komariah, N. (2020). Hubungan Customer Engagement melalui Instagram @perpustakaanandikbud dengan Minat Kunjungan Perpustakaan di Kalangan Follower Aktif. *Kajian Informasi & Perpustakaan Vol. 8, No.2*, 219-238.
- Badan Pusat Statistik. (2022, Mei 9). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2022*. From Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/05/09/1912/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-triwulan-i-2022.html>
- Barus, H. (2020, Oktober 5). *Perkembangan Teknologi Berperan Kemajuan Sektor UMKM*. From Industruicoid: <https://www.industry.co.id/read/75070/perkembangan-teknologi-berperan-kemajuan-sektor-umkm>
- Barus, H. (2020, Oktober 5). *Perkembangan Teknologi Berperan Kemajuan Sektor UMKM*. From industrycoi: <https://www.industry.co.id/read/75070/perkembangan-teknologi-berperan-kemajuan-sektor-umkm>
- Belch, G. E., Belch, M. A., Kerr, G., Powell, I., & Waller, D. (2020). *Advertising: An Integrated Marketing Communication Perspective 4e*. McGraw-Hill Education (Australia) Pty Ltd.
- Birny. (2021, Maret 23). *Pandemi Covid-19 Rubah Perilaku Konsumsi Masyarakat*. From Gatra.com: <https://www.gatra.com/news-507103-ekonomi-pandemi-covid-19-rubah-perilaku-konsumsi-masyarakat.html>
- Burhan, F. A. (2022, Juni 16). *Riset: Layanan Pesan-antar Makanan Kian Diminati, GoFood Rajai Pasar*. From Katadata: <https://katadata.co.id/ameidyonasution/digital/62ab24bd2d4a5/riset-layanan-pesan-antar-makanan-kian-diminati-gofood-rajai-pasar>
- Catriana, E. (2022, Februari 24). *Kemenkop UKM: Sudah 17,25 Juta UMKM yang Terhubung ke Platform Digital*. From Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2022/02/24/153800426/kemenkop-ukm--sudah-17-25-juta-umkm-yang-terhubung-ke-platform-digital>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2013). *Emarketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Routledge .
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Dabbous, A., & Barakat, K. A. (2020). Bridging the online offline gap: Assessing the impact of brands' social network content quality on brand awareness and purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services* 53.
- Daellenbach, H. G., & McNickle, D. C. (2005). *Management Science Decision Making Through System Thinking*. New Zealand: Palgrave Macmillan.
- Danuri, M. (2019). *Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital*.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management Concept A Competitive Advantage Approach*. Pearson.
- Dickinson, R., Herbst, A., & O'Shaughnessy, J. (1986). *Marketing Concept and Customer*

- Orientation. *European Journal of Marketing*, 18-23.
- Elena, M., & Angela, N. L. (2022, April 18). *Ekonomi Indonesia Sulit Tumbuh 5 Persen di Kuartal I/2022, Masyarakat Pikul Beban Berat*. From Breaking News: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220418/9/1523754/ekonomi-indonesia-sulit-tumbuh-5-persen-di-kuartal-i2022-masyarakat-pikul-beban-berat>
- Fatimah, F. N. (2020). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Heliana, E., Priandarini, L., & Puspita, S. (2007). *Sukses Mengelola Usaha Warung Makan*. Jakarta: TransMedia Pustaka.
- Ismail, S. M. (2020). *Pengukuran Kinerja SDM*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Juwita, O., Arifin, F. N., & Dewi, F. (2018). The Online Marketing Strategic Planning for Jember Coffee SMEs. *International Journal of Information System and Technology Vol. 2, No. 1*, 14-20.
- Karami, I. R., Sagita, B. H., & Praptono, B. (2021). Perancangan Strategi Pemasaran pada Kedai Kopi Balada Menggunakan SWOT dengan Metoda Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *e-Proceeding of Engineering*, 8382.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022, Mei 18). *Pemulihan Ekonomi Terus Menguat di Tengah Omicron dan Gejolak Geopolitik*. From Badan kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://fiskal.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers-detil/390>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2021, Januari 19). *Pandemi Ubah Pola Konsumsi, Industri Makanan Perlu Berinovasi*. From Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <https://kemenperin.go.id/artikel/22227/Pandemi-Ubah-Pola-Konsumsi,-Industri-Makanan-Perlu-Berinovasi>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Limanseto, H. (2021, Juli 29). *Dukungan Pemerintah untuk Mendorong UMKM Go Digital dan Go Global*. From Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3180/dukungan-pemerintah-untuk-mendorong-umkm-go-digital-dan-go-global>
- Luo, T., Wu, C., & Duan, L. (2017). Fishbone diagram and risk matrix analysis method and its application in safety assessment of natural gas spherical tank. *Journal of Cleaner Production*.
- Mara, N. A., & Aliami, S. (2021). Penerapan Value untuk Menciptakan Heart Share pada Bolu Kering Mak Plengeh di UD Wahyu Jaya Kota Kediri. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 1059-1065.
- Mihaela, O. O. (2015). The Influence of The Integrated Marketing Communication on The Consumer Buying Behaviour. *Procedia Economics and Finance*, 1446-1450.
- Muhfizar, Saryanto, Ningsih, A., Rudyanto, M., Nasution, F., Nurhikmah, . . . Rochmi, A. (2021). *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Ningrum, M. (2020). Pengaruh Penetapan Target Penjualan Terhadap Pemasaran Melalui Optimalisasi Media Sosial Pada Mahasiswa. In *Dari Mahasiswa Untuk Indonesia* (p. 40). Malang: UNIMMA PRESS.
- Nriswari, A. V. (2021, September 14). *26 Makanan Korea Populer, Bisa Dibuat dari Rumah*. From [Katadata.co.id: https://katadata.co.id/intannirmala/berita/6140037c58833/26-makanan-korea-populer-bisa-dibuat-dari-rumah](https://katadata.co.id/intannirmala/berita/6140037c58833/26-makanan-korea-populer-bisa-dibuat-dari-rumah)
- Nugraha, J. (2022, Mei 31). *Perubahan Gaya Hidup Setelah Pandemi, Lengkap Beserta Penjelasannya*. From [Merdeka.com: https://www.merdeka.com/jateng/perubahan-gaya-hidup-setelah-pandemi-lengkap-beserta-penjasannya-kl.html](https://www.merdeka.com/jateng/perubahan-gaya-hidup-setelah-pandemi-lengkap-beserta-penjasannya-kl.html)

- Permata, E. G., Rizki, M., Papilo, P., Silvia, & Zain, A. M. (2020). Analisa Strategi Pemasaran Lillah Hijab Dengan Metode BCG (Boston Consulting Group) dan Swot. *Jurnal Sains, Teknologi, dan Industri*, 92-100.
- Phlanx. (n.d.). *Instagram Engagement Calculator*. From Phlanx: <https://phlanx.com/engagement-calculator>
- Pratiwi, I. (2021, Oktober 8). *Hasil Riset: Shopee Jadi Marketplace Teratas di Indonesia*. From Republika.co.id: <https://www.republika.co.id/berita/r0ny7a457/hasil-riset-shopee-jadi-marketplace-teratas-di-indonesia>
- Purwanto. (2019). *Administrasi Sarana dan Prasarana*. Yogyakarta: UNY Press.
- Rabbi, C. P. (2021, Maret 23). *Pandemi Covid-19 Memicu Empat Perubahan Besar Perilaku Konsumen*. From Katadata: <https://katadata.co.id/happyfajrian/brand/605a31cf8e81f/pandemi-covid-19-memicu-empat-perubahan-besar-perilaku-konsumen>
- Rachmawati, A. (2022, Februari 4). *Hasil Survey: Persaingan E-Commerce Indonesia Makin Ketat, Ini Dia Jawaranya*. From Jendela Cianjur: <https://cianjur.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-053646074/hasil-survey-persaingan-e-commerce-indonesia-makin-ketat-ini-dia-jawaranya?page=2>
- Rezazadeh, S., Jahani, A., Makhdoum, M., & Meigooni, H. G. (2017). Evaluation of the Strategic Factors of the Management of Protected Area Using SWOT Analysis- Case Study: Bashgol Protected Area-Qazvin Province. *Scientific Research Publishing Open Journal of Ecology*, 55-68.
- Riyanto, G. P. (2021, Oktober 18). *Jumlah Pengguna Aplikasi Marketplace Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia*. From Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2021/10/18/14130097/jumlah-pengguna-aplikasi-marketplace-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia?page=all>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management*. New York: Pearson.
- Saaty, T. L. (2004). Fundamentals of The Analytic Network Process-Depence and Feedback in Decision Making With A Single Network. *Journal of System Science and Systems Engineering*, 129-157.
- Sagita, N. S. (2022, Juni 6). *Nasib PPKM Diumumkan Hari Ini, Lanjut atau Dicabut?* From Detik.com: <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-6112056/nasib-ppkm-diumumkan-hari-ini-lanjut-atau-dicabut>
- Sammut-Bonnici, T., & Galea, D. (2015, January). PEST Analysis. *Wiley Encyclopedia of Management - Vol 12 Strategic Management*.
- Sarajwati, M. K. (2020, September 30). *Fenomena Korean Ware di Indonesia*. From Egsaugm: <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Septyan, D. A. (2022, Juni 9). *Peluang Pasar: Makanan Korea*. From UKMINDONESIA.ID: <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-makanan-korea>
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. UB Press.
- Sirclo. (2020, Agustus 25). *Penjualan Meningkat di Masa Pandemi? Optimalkan dengan Berjualan di Marketplace*. From Sirclo: <https://www.sirclo.com/blog/optimalkan-penjualan-di-marketplace/>
- Subekti, R. (2021, Oktober 28). *Menangkap Peluang Bisnis Kuliner di Ruang Digital*. From Republika.co.id: <https://www.republika.co.id/berita/r1on20370/menangkap-peluang-bisnis-kuliner-di-ruang-digital>
- Sugiyono, I. W., Suhendra, A. A., & M. D. (2016). Perumusan Strategi Pemasaran Produk Network Administration Professional (NAP) menggunakan Integrasi Metode Analisa SWOT Matriks dan IE Matriks (Studi Kasus Telkom PCC). *e-Proceeding of Engineering*, 5154.
- Sulistiyani, & Pratama, A. (2022). Daya Tarik Produk UMKM sebagai Tolak Ukur

- Kepuasan Konsumen. *Buletin Poltanesa Vol. 23 No. 1 Politeknik Pertanian Negeri Samarinta*, 29.
- Sumarwan, U., Fachrodji, A., Nursal, A., Nugroho, A., Nurzal, E. R., Setiadi, I. A., . . . Alamsyah, Z. (2011). *Pemasaran Strategik: Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. IPB Press.
- Supriadi, A., Rustandi, A., Komarlina, D. L., & Ardiani, G. T. (2018). *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Yogyakarta: Depublish.
- Sutabri, T. (2012). *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sutawijaya, I. N., & Kurniawan, A. (2020). *Audit Kinerja - Mendorong Peningkatan Value Organisasi Pemerintahan dalam Mewujudkan World Class Government*. ANDI Yogyakarta.
- Thabit, T. H., & Raewf, M. (2018). The Evaluation of Marketing Mix Element: A Case Study. *International Journal of Social Science and Educational Studies*, 100-109.
- Thian, A. (2022). *Manajemen Kinerja*. Penerbit ANDI.
- Visser RM, M., Sikkenga SMP, B., & Berry, M. (2018). *Digital Marketing Fundamentals*. The Netherlands: Noordhoff Uitgevers Groningen.
- Walukow, M. I., & Pangemanan, S. A. (2015). Developing Competitive Strategic Model Using Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Approach for Handicrafts Ceramic Industry in Pulutan, Minahasa Regency. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 688-695.
- We Are Social. (2022, Januari 26). *DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH*. From We Are Social: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Wijoko, H., Ariyanto, A., Sudarsono, A., & Wijayanti, K. D. (2021). *Sistem Informasi Manajemen*. Insan Cendekia Mandiri.