

DAFTAR PUSTAKA

- Afianto, R. A., Akhmad, D. P. N., & Nikmatushholekha, N. F. (2024). *Peran Social Media Influencer dalam Menciptakan Product Value Sebagai Pendorong Green Lifestyle Sustainability*. Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis. Diakses: <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jekombis/article/view/4018>
- Al Ahmadi, W. H., Fadhilah, M., & Maharani, B. D. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing, Instagram Influencer dan Green Product terhadap Purchase Decision*. Jurnal Ilmiah MEA. Diakses di: <https://www.jurnal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/4436>
- Alwi, M. S., Aprilia, L. ., Aprilia, D. ., Kuntiani, R. ., & Limantara, A. D. . (2024). *Evaluasi Strategi Pemasaran Digital Produk Emina Varian Brightening Dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (Qspm) Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Produk*. Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis, 3, 1285-1294. <https://doi.org/10.29407/wj9te692>
- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-dasar pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhallindo.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Laporan Survei Internet APJII 2025: Penetrasi pengguna internet Indonesia tembus 229 juta jiwa*. Diakses dari <https://inet.detik.com/telecommunication/d-8047759/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-2025-tembus-229-juta-jiwa>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024*. [Telecommunication Statistics in Indonesia 2024 - BPS-Statistics Indonesia](https://www.bps.go.id/publication/2024/01/30/d52af11843aee401403ecfa6/statistik-e-commerce-2023)
- Badan Pusat Statistik. (2025, 30 Januari). *Statistik E-Commerce 2023 / E-Commerce Statistics 2023* (No. Publikasi 06300.25001). BPS. <https://www.bps.go.id/publication/2025/01/30/d52af11843aee401403ecfa6/statistik-e-commerce-2023>.
- Bennett, P.D. (1988), *Dictionary of Marketing Terms*. New York: The American Marketing Association.
- Budaya, I. (2025). *Optimalisasi User Generated Content sebagai Strategi Pemasaran Digital pada UMKM di Kota Sungai Penuh*. Jurnal Ekonomi Sakti (JES), 14(1). DOI: 10.36272/jes.v14i1.407. Diakses dari: <https://jes.stie-sak.ac.id/index.php/103044/article/view/407>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*.
- Chakti, Andi Gunawan. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Jakarta :Celebes Media Perkasa.
- David. Fred. R. (2004). *Manajemen Strategi: Konsep-konsep*. Jakarta:PT Indeks.

- David, Fred. R. dan David, Forest. R. (2016). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Edisi 15, Alih Bahasa Novita Puspasari & Liza Nurbani. Jakarta: Salemba Empat.
- Erislan. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*. Makassar: Mitra Ilmu.
- Fraenkel, J. L., Wallen, N. E., & Hyun, H. H.. (2012). *How to design and evaluate research in education eighth edition*. New York : Mc Graw Hill.
- Fiona, Febzi. (2025). *Pemasaran Online*. Riau: CV. Bravo Press Indonesia.
- Hubeis, M., & Najib, M. (2014). *Manajemen strategik dalam pengembangan daya saing organisasi*. Jakarta: Gramedia.
- Insani, M. R. N., sahputra, R. R. ., Kusuma, K. J., Aryanto, F. P., & Limantara, A. D. (2025). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Mie Djoetek Dengan Metode Swot*. Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis, 4, 1761-1767. <https://doi.org/10.29407/vtwwm862>
- JakPat. (2022). *Indonesia digital payment trends: 1st semester of 2022 survey report*. Diakses dari <https://insight.jakpat.net/indonesia-digital-payment-trends-1st-semester-of-2022-jakpat-survey-report>
- Katadata Insight Center. (2021). *Ini Alasan Konsumen Indonesia Beli Produk Berkelanjutan*. Databoks. Diakses: <https://databoks.katadata.co.id/politik/statistik/8ab50ad7cb35fb6/ini-alasan-konsumen-indonesia-beli-produk-berkelanjutan>
- Katadata Insight Center. (2022, 18 Maret). *Nilai transaksi e-commerce Indonesia diperkirakan capai US\$ 137,5 miliar pada 2025*. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/18/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-diperkirakan-capai-us1375-miliar-pada-2025>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024). *Membangun Ekosistem AI di Indonesia untuk 2030: Potensi dan Tantangan*. Diakses: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8544/membangun-ekosistem-ai-di-indonesia-untuk-2030-potensi-dan-tantangan>
- Kementerian Perindustrian. 2024. *Prospek Industri Jamu*. Jakarta.
- Kingsnorth, Simon. (2016). *Digital Marketing Strategy*. Philadelphia: Kogan Page.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. Gary, A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. dan Keller, Kevin L. (2016) *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson.
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education.

- Kuncoro, Mudrajad. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lusi Apriliani, Retno Indriartiningtias, & Indra Cahyadi. (2025). *Strategi Pengembangan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pengunjung Didesa Wisata Wanawisata Sumber Biru Menggunakan Metode SWOT AHP Dan QSPM*. Prosiding Seminar Nasional Waluyo Jatmiko, 17(1), 47–58. <https://doi.org/10.33005/wj.v17i1.110>
- Market Research Indonesia. (2025). *Fast Growth: Indonesia Digital Consumer Behavior 2025*. [Fast Growth in Indonesia Digital Consumer Behavior](#)
- Mudrajad, K. (2003). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Naturindo Fresh. (2025). *Naturindo Group Raih Penghargaan Sistem Tata Kelola Kerja Layak 2025 dari Pemkab Kulon Progo*. Diakses di: <https://naturindofresh.co.id/naturindo-group-raih-penghargaan-sistem-tata-kelola-kerja-layak-2025-dari-pemkab-kulon-progo/>
- Nurdifa, Afiffah Rahmah. (2024). *Prospek Industri Jamu Cerah, Kemenperin Jadikan Industri Prioritas*. Diakses pada 20 Februari 2025, dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20240206/257/1738861/prospek-industri-jamu-cerah-kemenperin-jadikan-industri-prioritas>
- Pearce II, Jhon. A. & Robinson Jr, Richard. B. (2013). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Buku 1. Edisi 12. Alih bahasa Nia Pramita Sari. Jakarta: Salemba Empat
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/265202/permendag-no-31-tahun-2023>
- Pratama, Akhdi Martin. Sukmana, Yoga. (2020). *Industri Jamu dan Herbal Indonesia Dinilai Primadona yang Terabaikan*. Diakses pada 20 Februari 2025: <https://money.kompas.com/read/2020/09/17/230000126/industri-jamu-dan-herbal-indonesia-dinilai-primadona-yang-terabaikan>
- Rangkuti, Freddy. (2018). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia.
- Republik Indonesia. (2024). *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id/details/274494/uu-no-1-tahun-2024>
- Ruhyat, Dadang. Sulaeman, Ahmad. Purnawati, Rini. *Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Produk Makanan Dan Minuman UMKM Di Kota Bogor*. (2023). MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah, 18(1), 62-72. <https://doi.org/10.29244/mikm.18.1.62-72>

- Saleha, Utomo, Dutho S. Tosungku, La Ode A S. (2025). *Perancangan Strategi Pemasaran Produk Parfum Brand Y Melalui Tiktok Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Dalam Upaya Peningkatan Penjualan (Studi Kasus: PT. XYZ)*. Diakses: https://www.researchgate.net/publication/396644594_Perancangan_Strategi_Pemasaran_Produk_Parfum_Brand_Y_Melalui_Tiktok_Menggunakan_Metode_SWOT_dan_QSPM_Dalam_Upaya_Peningkatan_Penjualan
- Soesana, Abigail., Subakti, Hani., Karwanto, Karwanto dan Fitri, Anisa., Kuswandi, Sony., Sastri, Lena., Falani, Ilham., Aswan, Novita., Hasibuan, Ferawati Artauli., Lestari, Hana (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Dalam: Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (1999). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulianta, Feri. (2023). *Panduan Lengkap Digital Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, N. M., Madnasir, & Rosilawati, W. (2025). *Pengaruh User Generated Content terhadap Keputusan Pembelian dengan E-Word of Mouth sebagai Variabel Mediasi dalam Perspektif Bisnis Islam*. Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi, 8(2). DOI: 10.57178/paradoks.v8i2.1163. Diakses dari: <https://jurnal.feb-umi.id/index.php/PARADOKS/article/view/1163>
- Tirto.id. (2021). *96,7% Millennial dan Gen Z Indonesia Pilih Produk Ramah Lingkungan*. Diakses dari: <https://tirto.id/967-millennial-dan-gen-z-indonesia-pilih-produk-ramah-lingkungan-gwrD>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tull, D.S. dan L.R. Kahle. (1990). *Marketing Management*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Umar, Husein. (2002). *Metode riset bisnis : panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset, dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyuningtyas, A., Zulistiani, & Kurniawan, R. (2025). *Analisis Swot Sebagai Strategi Pemasaran Digital Cv Jodo Dalam Meningkatkan Penjualan Beras Mentari Di Era Media Sosial*. Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis, 4, 995-1003. <https://doi.org/10.29407/my0mwj98>
- Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis: jangan buat strategi bisnis sebelum baca buku ini*. Anak Hebat Indonesia.