

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, T. L., Simanihuruk, M., Kusumawardhani, Y., & Wijaya, L. (2025). *Digital marketing strategies and their impact on customer satisfaction and brand loyalty*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 13(4), 2631–2642.
- Ardiani, R., & Setiawan, B. (2023). Efektivitas konten food process video dan promosi berbasis waktu terhadap tingkat konversi penjualan pada bisnis kuliner di Instagram. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital, 5(2), 112–128.
- Aulia, I. Z., Al Fajar, M. R., & Firdaus, T. (2025). *Peran aplikasi Instagram sebagai media promosi UMKM Kota Bima dalam meningkatkan pemasaran penjualan*. Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 8(2). <https://journal.uir.ac.id/index.php/syarikat/article/view/23788>
- Benicta, A., & Widyatmoko. (2025). *Pengaruh konten pemasaran kuliner di media sosial terhadap sikap pembelian makanan kekinian pada generasi Z*. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(4).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson Education.
- Chaidir, M., Irawan, D., & Benardi. (2024). *Strategi pemasaran digital: Memahami perjalanan konsumen di era digital*. Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, 4(4). <https://www.das-institute.com/journal/index.php/citizen-journal/article/view/650>
- Elisabet. (2024). *Pengaruh strategi pemasaran online terhadap keputusan pembelian konsumen*. Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen Indonesia (JEAMI), 3(1). <https://jurnal.seaninstitute.or.id/index.php/Juemi/article/view/598>
- Endarwita, E. (2021). *Strategi pengembangan objek wisata Linjuang melalui pendekatan analisis SWOT*. Jurnal Ilmiah Edunomika, 5(1), 635–641.
- Erawati, S. H., & Wance, F. (2021). *Analisis SWOT untuk menentukan strategi manajerial perusahaan yang efektif*. Inspirasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 18(1). <https://jurnal.stkippgritulungagung.ac.id/index.php/inspirasi/article/view/1922>
- Filzatullah, R. S., & Riofita, H. (2024). *Pentingnya strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 8(3), 43134–43138. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/23250>

- Firdaus, A., & Kusuma, D. R. (2022). *Pengaruh strategi community-based marketing terhadap loyalitas dan frekuensi kunjungan ulang konsumen pada usaha kuliner*. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan Indonesia, 14(1), 45–62.
- Handayani, S., & Kurniawan, T. (2022). *Pengaruh rating dan ulasan digital pada platform food delivery terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner di Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pemasaran, 9(3), 201–218.
- Hartono, P., & Susilo, M. (2023). *Efektivitas local SEO dan Google My Business terhadap peningkatan kunjungan fisik konsumen pada usaha kuliner di perkotaan*. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis, 6(1), 88–104.
- Haryanto, R. L., Giyartuti, G., Arrasuly, M. Y., & Kisworo, Y. (2026). *Analisis strategi digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen dalam industri kerajinan tangan di Indonesia*. Fokus: Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Jaya, U. P. (2024). *Pemanfaatan artificial intelligence dalam visualisasi dan inovasi produk kuliner: Dampaknya terhadap persepsi dan preferensi konsumen*. AkMen: Jurnal Ilmiah, 22(2).
- Karina Silaen, Lasman Eddy Bachtiar, Montaris Silaen, A. P. (2024). Hal. 1072. Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi, 2(3), 1072–1079.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing* (3rd ed.). Kogan Page.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Lestari, D., & Nugroho, H. W. (2024). *Perbandingan efektivitas format konten statis dan short-form video terhadap organic reach pada platform Instagram dan TikTok untuk usaha kuliner*. Jurnal Pemasaran Digital Indonesia, 3(1), 29–47.
- Maharani, A. (2024). *Strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan*. JMEB: Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis. <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeh/article/view/450>
- Mahwati, S. K. (2024). *Pengaruh digital marketing dalam strategi pemasaran global: A systematic literature review*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, 23(2), 115–125.
- Mulyadi, R., & Hidayat, F. (2022). *Dampak ketergantungan strategi promosi diskon terhadap persepsi nilai merek dan loyalitas konsumen pada bisnis*

- makanan dan minuman***. Jurnal Manajemen Bisnis Kontemporer, 8(2), 133–150.
- Mulyani, S. D. D., Nugraha, E. R., Murwaningsari, E., Fitria, G. N., & Rachmawati, S. (2024). ***Meningkatkan omzet penjualan pengusaha UMKM dengan pemasaran digital***. JUDIKAT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2). <https://doi.org/10.35145/judikat.v3i2.4240>.
- Pamungkas, A. B., & Mahardhika, G. (2023). ***Pengaruh User-Generated Content marketing terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen pada platform media sosial***. Jurnal Riset Pemasaran dan Konsumen, 11(1), 67–85.
- Prasetyo, H., & Maharani, I. (2024). ***Digital saturation dan dampaknya terhadap efektivitas organic content marketing pada industri kuliner di Indonesia***. Jurnal Strategi Bisnis dan Pemasaran, 7(2), 154–172.
- Pratama, I. W. A. (2022). ***Konsep digital marketing***. In I. Ayesha (Ed.), *Pemasaran digital* (pp. 16–21). Widina Bhakti Persada.
- Pratiwi, N. A., & Gunawan, S. (2023). ***Perbandingan efektivitas kolaborasi macro-influencer dan micro-influencer pada segmen kuliner lokal di Indonesia: Analisis engagement rate dan return on investment***. Jurnal Komunikasi Pemasaran Terintegrasi, 4(2), 91–108.
- Putri, L. A., & Santoso, B. (2022). ***Efektivitas program giveaway di Instagram dalam meningkatkan jumlah pengikut dan engagement rate pada bisnis kuliner***. Jurnal Media dan Komunikasi Digital, 6(1), 38–55.
- Rabbani, A. P., Alamsyah, A., & Widiyanesti, S. (2021). ***An effort to measure customer relationship performance in Indonesia's fintech industry***.
- Rachmawati, D., Pratama, A., & Wijayanti, S. (2023). ***Pengaruh digital marketing terhadap perluasan jangkauan konsumen pada usaha mikro kecil menengah kuliner di Jawa Timur***. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 2(3), 178–196.
- Rangkuti, F. (2017). ***Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis***. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Reken, R., et al. (2024). ***Strategi pemasaran layanan informasi pada taman bacaan masyarakat***. JIPKA: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Kearsipan, 5(1). <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/JIPKA/article/download/99908/75676607803>
- Rubiyatno, R., Kurniawati, L., & Pranatasari, F. D. (2023). ***Pengembangan strategi pariwisata berkelanjutan desa wisata di Yogyakarta melalui analisis SWOT (matriks kuadran SWOT dan EFAS & IFAS)***. JMBI: Jurnal Ilmiah

Manajemen Bisnis dan Inovasi, 10(3).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/52151>

Sari, R. Y., Rusdinal, R., & Anisah, A. (2024). *Analisis SWOT sebagai alat penting dalam proses perencanaan strategis organisasi non-profit*. *Jurnal Niara*, 17(1), 87–97. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/nia/article/view/19967>

Setiawan, M., & Anggraeni, R. (2024). *Pengaruh frekuensi dan konsistensi unggahan konten TikTok terhadap pertumbuhan pengikut organik dan peningkatan penjualan pada bisnis kuliner*. *Jurnal Pemasaran Digital dan Media Sosial*, 5(1), 14–33.

Siantar, P. (2022). *Analisis Strategi Digital marketing Pada Pt. Kepri Power Solution Di Tanjungpinanglie*.

Stelzner, M. A. (2022). *Sosial media marketing industry report 2022*. Sosial Media Examiner.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sulistyo, E., Ghalumudin, M., & Pamungkas, S. (2024). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen anggrek pada kios tanaman hias Tegal*. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, 5(1). <https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jasika/article/view/9659>

Suryadi, E., & Wibowo, A. (2023). *Efektivitas strategi multi-channel digital marketing terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner skala menengah di Indonesia*. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 10(2), 77–94.

Wibowo, F., & Cahyadi, I. (2024). *Integrasi Search Engine Optimization dan iklan berbayar terhadap tingkat konversi pada bisnis kuliner berbasis digital di kota-kota besar Indonesia*. *Jurnal Teknologi Informasi dan Manajemen Bisnis*, 8(1), 55–72.

Widyastuti, P., & Prasetyo, K. (2023). *Pengaruh content pillar strategy terhadap konsistensi brand messaging dan loyalitas konsumen pada platform Instagram di sektor bisnis makanan dan minuman*. *Jurnal Manajemen Komunikasi dan Merek*, 5(3), 120–138.

Wijaya, P. A. S., & Yulianthini, N. N. (2024). *Pengaruh digital marketing dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Dini Artshop*. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/83992>