

Daftar Pustaka

- Adnyana, I. M. (2020). Studi Kelayakan Bisnis I. In *Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS)*.
- Amran, A., Widjaja, Y. R., & Kamelia, E. (2020). the Role of Social Media Marketing and Word of Mouth in Building Brand Awareness At Brownies Vannisa. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 237–243.
- Amri, A. (2020). Pengaruh periklanan melalui media sosial terhadap UMKM di Indonesia di masa pandemi. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130. https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto, A. (2019). The Influence of Digital Media Use on Sales Level of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2). <https://doi.org/10.33299/jpkop.23.2.2382>
- Bahtar, A. Z., & Muda, M. (2016). The Impact of User – Generated Content (UGC) on Product Reviews towards Online Purchasing – A Conceptual Framework. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 337–342. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30134-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30134-4)
- Chaffey, D. F. E.-C. (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence, 5th edition* (5th ed.).
- Dewi, S. K., Restuputri, D. P., & Sulaksmi, A. (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Impotance Performance Analysis. *Seminar Teknologi Dan Rekayasa (SENTRA)*, 1, 206–222.
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16, 32–41.
- Indira, D., Usman Ismanto, S., & Budiarti Santoso, M. (2013). Pencitraan Bandung Sebagai Daerah Tujuan Wisata: Model Menemukanali Ikon Bandung Masa Kini. *Sosiohumaniora*, 15(1), 45. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v15i1.5238>
- Industri, A., Pariwisata, R., Pariwisata, K., Kunci:, K., Promosi, M., Pariwisata, P., & Milenial, W. (2019). *MEDIA PROMOSI YANG RAMAH WISATAWAN MILENIAL MILLENNIAL TOURIST FRIENDLY PROMOTIONAL MEDIA* Imam Nur Hakim. 13(2), 1–23.
- Kotler, Philip, Amstrong, Gary, Opresnik, M. O. (2017). *Principles Of Marketing*. 540.
- Limandono, J. A. D. D. (2018). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Lukihardianti, A. (2018). *Bisnis Kuliner di Bandung Dinilai Sangat Menjanjikan*. Republika. <https://www.republika.co.id/berita/p8b6qe382/bisnis-kuliner-di-bandung-dinilai-sangat-menjanjikan>
- MURSITO, H. (2020). SOSIAL MEDIA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UKM (Studi Kasus di SMESCO Jakarta). *Pekobis : Jurnal*

- Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 4(2), 41.
<https://doi.org/10.32493/pekobis.v4i2.p41-47.3949>
- Nuriawati. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah. *Izzi (Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Islam Badri Mashduqi)*, 1(1), 42–54.
- Pranata, Y. A., & Amaranti, R. (2021). Rancangan Strategi Pemasaran Media Sosial Menggunakan Model SOSTAC. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 1(2), 110–120.
<https://doi.org/10.29313/jrti.v1i2.397>
- Rahman, J. F., & Rahmah, D. M. (2018). Identification of Business Processes and Strategies in Kadatuan Koffie Using SWOT Analysis. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 7(3), 161–169.
<https://doi.org/10.21776/ub.industria.2018.007.03.4>
- Shiratina, A., Aziz, Y., Komaladewi, R., Indika, D. R., & Perisha, B. (2018). Potensi Pasar Melalui Penilaian Karakteristik Wisatawan Jawa Barat. *Jurnal Pariwisata*, 5(3), 222–231.
- Smith, P. (2018). *The SOSTAC Guide To Your Perfect Digital Marketing Plan*. UK: Amazon self-publishing.
- Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing Digital Marketing View project Financial Reforms View project. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321–339. <http://www.ijmra.us>
- Wardhanie, A. P., Naufal, A. Z., & Wulandari, S. H. E. (2021). Perancangan Strategi Digital Marketings Dengan Metode Race Pada Layanan Online Food Delivery Berdasarkan Perilaku Pelanggan Generasi Z. *Journal of Technology and Informatics (JoTI)*, 3(1), 1-11.
- Arifatin & Utari. (2021). Statistik Wisatawan Nusantara 2020. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Martha, E., & Kresno, S. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajawali Press.

- Nursyabani, (2021, 1 Maret). 4 Brownies Enak di Bandung, Rasa Original Sampai Kekinian. Ayobandung.com. https://www.ayobandung.com/kuliner/pr-79703274/4-brownies-enak-di-bandung-rasa-original-sampai-kekinian#google_vignette
- Savitri, (2022, 2 Februari). Peneliti BRIN perkiraan politik Indonesia akan stabil pada 2022. Antaranews.com. <https://www.antaranews.com/berita/2679301/peneliti-brin-perkiraan-politik-indonesia-akan-stabil-pada-2022>
- Rabbi, (2021, 3 Juni). Permendag Baru, Peretail Modern Wajib Sediakan 30% Ruang bagi UMKM. Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/pingitaria/berita/60b98629a1021/permendag-baru-peretail-modern-wajib-sediakan-30-ruang-bagi-umkm>
- Ulya, (2022, 18 Juli). Syarat Vaksin Booster Mulai Berlaku, Cek Lagi Tempat dan Moda Transportasi yang Mewajibkannya. Kompas.com. <https://nasional.kompas.com/read/2022/07/18/09424531/syarat-vaksin-booster-mulai-berlaku-cek-lagi-tempat-dan-moda-transportasi>
- Sembiring, (2022, 9 Mei). Indonesia Bangkit! Ekonomi Tumbuh 5,01% Kuartal I-2022. Cnbcindonesia.com. <https://www.cnbcindonesia.com/investment/20220509101517-21-337359/indonesia-bangkit-ekonomi-tumbuh-501-kuartal-i-2022>
- Departemen komunikasi, (2022, 1 Agustus). INFLASI INTI JULI 2022 TETAP TERJAGA RENDAH. Bi.go.id. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2420222.aspx
- Darmawan, (2022, 21 Juli). Kurs Rupiah Melemah 0,2% atau 33 Poin terhadap Dolar AS Databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/21/kurs-rupiah-melemah-0-2-atau-33-poin-terhadap-dolar-as-kamis-21-juli-2022->
- Ika, (2022, 27 Juli). Kapan Indonesia Mengalami Resesi? Ini Jawaban Pengamat. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2022/07/27/164242326/kapan-indonesia-mengalami-resesi-ini-jawaban-pengamat>

- Rika, (2021,12 November). 88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce. [cnnindonesia.com. https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce).
- Novi, (2022, 18 Mei). Disbudpar Klaim Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung Meningkat Tajam pada 2022. [jabarekspres.com. https://jabarekspres.com/berita/2022/05/18/disbudpar-klaim-jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-kota-bandung-meningkat-tajam-pada-2022/2/](https://jabarekspres.com/berita/2022/05/18/disbudpar-klaim-jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-kota-bandung-meningkat-tajam-pada-2022/2/)
- Kustiani, (2022, 26 Januari). 5 Tren Wisata 2022 Indonesia yang Jadi Andalan. [Travel.tempo.co. https://travel.tempo.co/read/1554033/5-tren-wisata-2022-indonesia-yang-jadi-andalan](https://travel.tempo.co/read/1554033/5-tren-wisata-2022-indonesia-yang-jadi-andalan)
- Qothrunnada, (2022 23 Mei) Jejak e-Commerce di Indonesia Waktu ke Waktu, Berawal dari Kaskus. [Detik.com. https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6091087/jejak-e-commerce-di-indonesia-waktu-ke-waktu-berawal-dari-kaskus](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6091087/jejak-e-commerce-di-indonesia-waktu-ke-waktu-berawal-dari-kaskus).
- Prasetyo, (2019, 31 Juli). Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pariwisata Indonesia. [Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pariwisata Indonesia. Kompasiana.com. https://www.kompasiana.com/epras/5d418b4d097f366a40324a62/pemanfaatan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dlam-pariwisata-indonesia](https://www.kompasiana.com/epras/5d418b4d097f366a40324a62/pemanfaatan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dlam-pariwisata-indonesia)
- Syafaah, (2020, 12 Oktober). Mengenal Engagement Rate Instagram. [Kompasiana.com https://www.kompasiana.com/badiatur06967/5f83d3bdd541df298b30b072/mengenal-engagement-rate-instagram?page=2&page_images=1](https://www.kompasiana.com/badiatur06967/5f83d3bdd541df298b30b072/mengenal-engagement-rate-instagram?page=2&page_images=1)
- Pengestika, (2020). Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Marketing. [Jurnal.id. https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/](https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/)
- Oktriwina, (2021, 19 September). Sama Pentingnya dengan SEO, Kontenmu juga Butuh Social Media Optimization (SMO). [Glints.com. https://glints.com/id/lowongan/social-media-optimization-adalah/#.YyKhBnZBy00](https://glints.com/id/lowongan/social-media-optimization-adalah/#.YyKhBnZBy00)

- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>
- Compas.co.id (2021). Data Penjualan Bolu Cake vs Kue Kering Untuk Ide Bisnis Hampers Kamu. <https://compas.co.id/article/penjualan-bolu-vs-kue-kering/>