

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, M. (2008). *Teknik simulasi dan pemodelan*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Alhadid, Anas Y & Alhadeed, A. Y. (2017). The Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention. *International Business Management*, 11(11), 1844–1847.
- Badan Pemeriksa Keuangan. (2008). Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Rata-rata konsumsi dan pengeluaran per kapita seminggu menurut komoditi makanan dan golongan pengeluaran per kapita seminggu di Provinsi Jawa Barat, 2018–2023. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjE2OCMx/rata-rata-konsumsi-dan-pengeluaran-perkapita-seminggu-menurut-komoditi-makanan-dan-golongan-pengeluaran-per-kapita-seminggu-di-provinsi-jawa-barat--2018-2022.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Rata-rata konsumsi per kapita seminggu menurut kelompok makanan dan minuman jadi per kabupaten/kota (Satuan Komoditas), 2021–2023. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEwNyMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-dan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Inflasi year-on-year (y-on-y) September 2024 sebesar 1,84 persen. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/10/01/2308/inflasi-year-on-year-y-on-y--september-2024-sebesar-1-84-persen-.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Ekonomi Indonesia Triwulan II-2024 tumbuh 3,79 persen (Q-to-Q), Ekonomi Indonesia Triwulan II-2024 tumbuh 5,05 persen (Y-on-Y), dan Ekonomi Indonesia Semester I-2024 tumbuh 5,08 persen (C-to-C). Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/08/05/2381/ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2024-tumbuh-3-79-persen-q-to-q---ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2024-tumbuh-5-05-persen-y-on-y---dan-ekonomi-indonesia-semester-i-2024-tumbuh-5-08-persen-c-to-c-.html>
- Compas. (2022). Menjelang hari raya, penjualan kue kering tembus Rp5 miliar. Retrieved from <https://compas.co.id/article/penjualan-kue-kering/>
- Compas. (2024). *Indonesian e-commerce FMCG report for semester I 2024*. Retrieved from <https://compas.co.id/article/indonesian-e-commerce-fmcg-report-for-semester-i->

[2024/?utm_source=instagram&utm_medium=link+in+bio&utm_campaign=fmcg+report+first+half+2024](https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/)

- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Data Industri. (2024). *Pertumbuhan industri makanan dan minuman, 2011–2024*. Retrieved from <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Datareportal. (2024). Digital 2024: Indonesia. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Fandriansyah, M. A. (2022). Pemanfaatan marketplace Grabfood & Gofood dalam peningkatan penjualan pada UMKM food and beverages Mao-Mao Cirebon. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 24(1), 125–128.
- GoodStats. (2024). Indonesia juara satu penjualan online food delivery tingkat Asia Tenggara. Retrieved from <https://goodstats.id/article/indonesia-juara-satu-penjualan-online-food-delivery-tingkat-asia-tenggara-JOc9Y>
- Jogiyanto. (2005). *Sistem informasi strategik untuk keunggulan kompetitif*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Cirebon (2023). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan Umkm. Retrieved from <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/cirebon/id/data-publikasi/berita-terbaru/2852-kebijakan-pemerintah-dalam-pemberdayaan-umkm.html>
- Kementrian Agama Republik Indonesia. (2022). Ini syarat daftar sertifikasi halal gratis kategori "self-declare". Retrieved from <https://kemenag.go.id/nasional/ini-syarat-daftar-sertifikasi-halal-gratis-kategori-quotself-declarequot-4b6skv>
- Kompas. (2022). Dukung UMKM lokal daerah, kerja sama dengan Alfamart bikin omzet jadi meningkat. Retrieved from <https://biz.kompas.com/read/2022/07/29/214215128/dukung-umkm-lokal-daerah-kerja-sama-dengan-alfamart-bikin-omzet-jadi-meningkat>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kredivo. (2023). *Laporan perilaku pelanggan e-commerce Indonesia 2023: Pemulihan ekonomi dan tren belanja pasca pandemi*. Retrieved from <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2023/06/2023-Indonesia-e-Commerce-Behavior-Report.pdf>

- Kumar, V., & Pansari, A. (2016). Competitive advantage through engagement. *Journal of Marketing Research*, 53(4).
- Mahdi, M.I (2022). "Berapa Jumlah UMKM di Indonesia?". Retrieved from <https://dataindonesia.id/sektorriil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>.
- Maurya, A. (2012). *Running lean: Iterate from plan A to a plan that works* (2nd ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- Okezone (2023). 86 Persen Masyarakat Indonesia Semakin Sadar Akan Kesehatan, Ini Alasannya. Retrieved from <https://health.okezone.com/read/2023/08/07/483/2859255/persen-masyarakat-indonesia-semakin-sadar-akan-kesehatan-ini-alasannya?page=all>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, P. (2014). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Sari Roti. (2024). ROTI membukukan Rp79,8 miliar laba 1Q24, tumbuh 50,1% YoY. Retrieved from <https://www.sariroti.com/id/n/roti-membukukan-rp798-miliar-laba-1q24-tumbuh-501-yoy>
- T. Salsabilla & O. M. Siregar. (2022). Analisis penjualan online melalui merchant Grab-Food terhadap peningkatan omzet (Studi pada Forestree Kota Baru, Kota Jambi). *Jurnal Social Research*, 1(7), 751–760.
- The Role of Generation Z in Driving Digital Economic Growth Through E-Commerce <https://kandankilmu.org/2024/04/21/the-role-of-generation-z-in-driving-digital-economic-growth-through-e-commerce/>
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing* (3rd ed.). SAGE Publications.