

## Daftar Pustaka

- Amstrong, Gary, P.T. Kotler. (2017). Principle of Marketing. US: Pearson.
- Aditya, Wardhana. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV, pp. 327–337. Universitas Pendidikan Indonesia.
- A, Sopian dan Vyshnevskaya M. (2019, Juni). The Marketing Funnels As an Effective Way of The Business Strategy. Scientific Journal: The art of scientific mind No. 3. Diakses dari [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/14560/3/Sopian\\_A\\_Vyshnevskaya\\_M.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/14560/3/Sopian_A_Vyshnevskaya_M.pdf)
- Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia (APJII). (2020, November). Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI. Buletin APJII Edisi 74. Diakses dari <https://apjii.or.id/content/read/104/503/BULETIN-APJII-EDISI-74--November-2020>
- Dermawansyah, M., dan Reza M. R. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa. Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa. Diakses dari <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/1047>
- Feiz, Davood, dkk. (2021). Typology of Growth Hacking Strategies Along the Growth Hacking Funnel. Iranian Journal of Management Studies (IJMS), 14(2): 331-346. Diakses dari [https://ijms.ut.ac.ir/article\\_78395\\_43a92c652c3b6ef08a2c3c0e069b4a34.pdf](https://ijms.ut.ac.ir/article_78395_43a92c652c3b6ef08a2c3c0e069b4a34.pdf)
- Hardiansyah .R, dan Dodie Tricahyo. (2019, Juni). Identifikasi Faktor-Faktor Kesuksesan Start Up Digital di Kota Bandung. Jurnal Ekonomi Vol. 27, No. 2, p.134-145. Diakses dari <https://je.ejournal.umri.ac.id/index.php/JE/article/view/7900>
- Liputan6. (2021, Mei)..Hebat, Indonesia Duduki Peringkat 5 Jumlah Startup Terbanyak di Dunia. *Liputan6.com*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4563154/hebat-indonesia-duduki-peringkat-5-jumlah-startup-terbanyak-di-dunia>
- Jatmiko, L. Dwi. (2020, November). Ini Alasan Prospek Startup Indonesia Bakal Cerah. *Bisnis.com*. Diakses dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20201110/266/1315784/ini-alasan-prospek-startup-indonesia-bakal-cerah>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, (2021, Mei). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. Siaran Pers HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021. Diakses dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>

Kholisdinuka, Alfi. (2020, Juni). Bisnis Kuliner Ini Tetap Bertahan Meski Corona Merajalela. *detikFinance*. Diakses dari <https://finance.detik.com/solusiukm/d-5051478/bisnis-kuliner-ini-tetap-bertahan-meski-corona-merajalela>

Kotler P., Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. (2019). *MARKETING 4.0: Moving from Traditional to Digital*. E-Book. Diakses dari <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://www.nima.today/wp-content/uploads/2018/11/Marketing-4.0-Philip-Kotler-Hermawan-Kartajaya-And-Iwan-Setiawan.pdf>

Nurtiar, Haryo. (2020). Copywriting: Modul Kilat Diklat Promosi. Perpustakaan Digital Nasional Republik Indonesia. Diakses dari <https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/105353/Modul%20Materi%20Copywriting.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Prayoga, Dewa Eka. (2015). Easy Copywriting: Contek Abis, Sampai Laris!. Jawa Barat: Delta Saputra. Diakses dari [http://103.44.149.34/elib/assets/buku/6\\_Easy\\_Copywriting.pdf](http://103.44.149.34/elib/assets/buku/6_Easy_Copywriting.pdf)

Pulizzi, Joe dan Ann Handley. (2017). Annual B2B Content Marketing Benchmarks, Budgets, and Trends. North America: *Content Marketing Institute*. Diakses dari [https://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2016/09/2017\\_B2B\\_Research\\_FINAL.pdf](https://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2016/09/2017_B2B_Research_FINAL.pdf)

---

Rahmawati, Wahyu T. (2021, Maret). Sri Mulyani: Industri kuliner jadi penyumbang terbesar pertumbuhan ekonomi kreatif. *Kontan.co.id*. Diakses dari <https://nasional.kontan.co.id/news/sri-mulyani-industri-kuliner-jadi-penyumbang-terbesar-pertumbuhan-ekonomi-kreatif>

Sari, Yulia dan Nadia W. Utami. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik* Vol. 1, No 1. Diakses dari <https://journal.uui.ac.id/cantrik/article/view/18997>

Stephanie, Conney. (2021, Februari). Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari?. *Kompas.com*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all>.

Widyastuti, Sri. (2017). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Solusi Menembus Hati Pelanggan. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila. Diakses dari <http://dosen.univpencasila.ac.id/dosenfile/1192211017152524211702May2018.pdf>

Winarto, Yudho. (2020, Januari). Food and Beverage (F&B) Masih di Peringkat Atas Tren Bisnis Waralaba 2020. *Kontan.co.id*. Diakses dari <https://industri.kontan.co.id/news/food-and-beverage-fb-masih-di-peringkat-atas-tren-bisnis-waralaba-2020?page=3>