

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, P., et al. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.
- Adipradana, Y. & Harwani, Y. (2023). A Conceptual Dramework of Digital Marketing, Brand Image, and Product Quality Towards Repurchase Intention of Frozen Food Products Through Purchase Decision of Kingko Food Jakarta. *Dinasti International Journal of Digital Business and Management (DIJDBM)*, 5(1). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v5i1>
- Ahdiat, A. (2023). *Makanan dan Minuman Kemasan Kian Laris, Penjualan Naik Tiap Tahun*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/04/26/makanan-dan-minuman-kemasan-kian-laris-penjualannya-naik-tiap-tahun>
- Atillah, R. & Gischa, S. (2023). *Pengertian Digital Marketing, Jenis, dan Jalurnya*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/10/05/040000469/pengertian-digital-marketing-jenis-dan-jalurnya>
- Bismo, A., Sylvia, & Halim, W. (2022). Pengaruh Key Opinion Leader terhadap Customer Engagement dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening pada Jockey Indonesia. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 8(2), pp. 121-127. <https://doi.org/10.30873/jbd.v8i2.3303>
- Cameron. (2024). *[Updated] Digital Marketing Statistics 2024*. Responsify. <https://www.responsify.com/digital-marketing-statistics>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Hariato, M. (2024). *Kemenperin: Industri Makanan-Minuman Penopang Ekonomi Indonesia*. Antara News.

- Kominfo. (2023). *Topang Ekonomi Nasional, Pemerintah Dorong Industri Mamin Percepat Transformasi Digital*. Kominfo. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/50273/topang-ekonomi-nasional-pemerintah-dorong-industri-mamin-percepat-transformasi-digital/0/berita>
- Kotler, P., et al. (2017). *Marketing 4.0*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lal, B., et al. (2020). Return on Investment in Social Media Marketing: Literature Review and Suggestions for Future Research, pp. 3-17. https://doi.org/10.1007/978-3-030-24374-6_1
- Orang Tua Group. (n.d.) *Tentang OT*. Orang Tua Group. <https://www.ot.id/tentang-ot>
- Orang Tua Group. (n.d.). *CS2 Pola Sehat*. Orang Tua Group. <https://www.ot.id/cs2-pola-sehat-1>
- PPID. (2021). *Keterbukaan Informasi di Era Digital*. PPID Bappeda Jawa Tengah. <https://ppid.bappeda.jatengprov.go.id/keterbukaan-informasi-di-era-digital/>
- Pandey, S. (2023). The Dynamics of Food and Beverage Service: A Contemporary Analysis. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives*. <https://chandigarhphilosophers.com/index.php/ijmrp/article/view/87/72>
- Rosmayati, S., et al. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Setiawan, W. (2017). *Era Digital dan Tantangannya*. Program Studi Pendidikan Matematika FKIP Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
- Sholikah, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Insania.
- Solis, B. (2010). *Engage*. Canada: John Wiley & Sons Inc.

- Taan, H., Radji, D. L., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing untuk Meningkatkan Brand Image. *Jurnal of Management & Business*, 4(1), pp. 315-330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Tarihoran, J. E., et al. (2021). Pentingnya Sosial Media sebagai Strategi Marketing Start-Up di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 9(1), pp. 72-78. <https://doi.org/10.32493/jk.v9i1.y2021.p72-78>
- Utomo, M. M. B. & Peter, L. A. G. (2023). *Tatanan Modal Sosial Baru: Media Sosial dan Kekuatan Warganet*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/sains/read/2023/08/20/200000723/tatanan-modal-sosial-baru--media-sosial-dan-kekuatan-warganet?page=all>
- Vitsentzatou, E., et al. (2022). The Digital Transformation of the Marketing Mix in the Food and Beverage Service Supply Chain: A Grey DEMATEL Approach. *Sustainability*, 14(22). <https://doi.org/10.3390/su142215228>
- Wahyudiono. (2011). *Membangun Kinerja Perusahaan Consumer Goods Berbasis Strategik dan Inovasi Berkelanjutan*. Surabaya: Narotama University Press.
- Wibowo, A., et al. (2023). *Pemasaran Melalui Influencer*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

