

## DAFTAR PUSTAKA

- ADM Investor Services. (2020). Top Five Global Trends that Will Shape the Food Industry in 2021. Tersedia di <https://www.adm.com/news/news-releases/top-five-global-trends-that-will-shape-the-food-industry-in-2021> diakses pada 1 Oktober 2021.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 [Q2]. Tersedia di <https://apjii.or.id/survei> diakses pada 1 November 2021.
- Awasthi, K.A. dan Choraria, S. (2015). Effectiveness of Celebrity Endorsement Advertisements: The Role of Customer Imitation Behavior. *Journal of Creative Communication*, 10 (2), 215–234.
- Ayuni, Q., Cangara, H., dan Arianto. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 23 (2), 129-141.
- Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian. (2019). Kebijakan Strategis Ketahanan Pangan dan Gizi. Tersedia di [http://bkp.pertanian.go.id/storage/app/media/KSKPG%202020-2024%20\\_feb%202020.pdf](http://bkp.pertanian.go.id/storage/app/media/KSKPG%202020-2024%20_feb%202020.pdf) diakses pada 19 Oktober 2021.
- Badan Ketahanan Pangan. (2021). Direktori Perkembangan Konsumsi Pangan. Tersedia di [http://bkp.pertanian.go.id/storage/app/media/2021/DIREKTORI%20KONSUMSI%202021\\_.pdf](http://bkp.pertanian.go.id/storage/app/media/2021/DIREKTORI%20KONSUMSI%202021_.pdf) diakses pada 20 Desember 2021.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas dan Daerah Tempat Tinggal (Rupiah). Tersedia di [https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_pub/U2ZHQmZiWVpXeWRDL2s2enowQjU3QT09/da\\_13/1](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/U2ZHQmZiWVpXeWRDL2s2enowQjU3QT09/da_13/1) diakses pada 19 Oktober 2021.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Jumlah Penduduk dan Agama yang Dianut 2019-2020. Tersedia di <https://jabar.bps.go.id/indicator/108/335/1/jumlah-penduduk-dan-agama-yang-dianut.html> diakses pada 9 November 2021.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Pendapatan Nasional Indonesia 2016-2020. Tersedia di <https://www.bps.go.id/publication/2021/06/08/bcb06430a707226bff9f8d99/pendapatan-nasional-indonesia-2016-2020.html> diakses pada 19 Oktober 2021.

- Badan Pusat Statistik. (2021). Pendapatan Nasional Indonesia 2015–2019. Tersedia di <https://www.bps.go.id/publication/2020/06/12/7fe8d749c43bad46b1601662/pendapatan-nasional-indonesia-2015-2019.html> diakses pada 19 Oktober 2021.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Ekonomi Indonesia 2020 Turun Sebesar 2,07 persen (c-to-c). Tersedia di <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html> diakses pada 27 Oktober 2021.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Ekonomi Indonesia Triwulan II 2021 Tumbuh 7,07 persen (y-on-y). Tersedia di <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/08/05/1813/ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2021-tumbuh-7-07-persen--y-on-y-.html> diakses pada 28 Oktober 2021.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. Tersedia di <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html> diakses pada 28 Oktober 2021.
- Bawa, K., dan Shoemaker, R. (2004). The Effects of Free Sample Promotions on Incremental Brand Sales. *Marketing Science*, 23 (3), 345-363.
- Bisnis.com. (2021). Survei Mandiri Institute: Kondisi UMKM Mulai Berjalan Normal. Tersedia di <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210630/9/1411741/survei-mandiri-institute-kondisi-umkm-mulai-berjalan-normal> diakses pada 27 Desember 2021.
- Clow, K.E. dan Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*, 8<sup>th</sup> edition. Pearson Education Limited, United Kingdom.
- Cooper, D.R., dan Schindler, P.S. (2014). *Business Research Methods*, 12<sup>th</sup> edition. McGraw Hill, New York.
- Deloitte. (2017). Deloitte Consumer Insights Survey. Tersedia di <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/sg/Documents/consumer-business/sea-cip-deloitte-consumer-insights-embracing-bricks-and-clicks-in-indonesia.pdf> diakses pada 2 November 2021.
- Deloitte. (2020). Deloitte Consumer Insights. Tersedia di <https://www2.deloitte.com/id/en/pages/consumer->

[business/articles/consumer-insights-id-2020.html](#) diakses pada 4 September 2021.

Event Marketer Intelligence. (2018). The Event and Experiential Marketing Industry Forecast and Best Practices Study: Survey of Consumers and Brands on The Impact of Event and Experiential Marketing. Tersedia di <https://www.eventmarketer.com/wp-content/uploads/2018/06/eventtrack2018execsumm.pdf> diakses pada 17 Januari 2022.

Grab. (2021). Laporan Tren *Food and Beverage*. Tersedia di <https://www.grab.com/id/en/food/laporan-tren-fnb-2021/> diakses pada 19 Oktober 2021.

Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.

Herbalife Nutrition. (2020). Diet Decisions Survey APAC. Tersedia di <https://www.herbalife.com.sg/apacnews/press-release/diet-decisions-survey/> diakses pada 19 Oktober 2021.

Hisrich, R.D., Peters, M.P., dan Shepherd, D.A. (2017). *Entrepreneurship*, 10<sup>th</sup> edition. McGraw-Hill, New York.

Hootsuite. (2020). Indonesia Digital 2020. Tersedia di <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia> diakses pada 19 Oktober 2021.

Hootsuite. (2021). Indonesia Digital 2021. Tersedia di <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> diakses pada 19 Oktober 2021.

Hootsuite. (2021). 6 Ways to Calculate Engagement Rate (Free Calculator). Tersedia di <https://blog.hootsuite.com/calculate-engagement-rate/> diakses pada 22 Februari 2022.

IGD. (2019). Healthier Product Reformulation in Indonesia. Tersedia di <https://retailanalysis.igd.com/Portals/1/Downloads/Healthier-Product-Reformulation-in-Indonesia.pdf> diakses pada 3 November 2021.

Indonesia Organic Alliance. (2019). Tren Konsumsi dan Gaya Hidup Organik di Indonesia. Tersedia di <http://aoi.ngo/web/tren-konsumsi-dan-gaya-hidup-organik-di-indonesia/> diakses pada 2 November 2021.

Ipsos. (2018). Instagram's Impact on Indonesian Business. Tersedia di <https://www.ipsos.com/en/instagrams-impact-indonesian-businesses> diakses pada 17 Januari 2022.

- JAKPAT. (2018). Healthy Meals Among Indonesian Millennial – Survey Report. Tersedia di <https://blog.jakpat.net/healthy-meals-among-indonesian-millennial/> diakses pada 2 Oktober 2021.
- Katadata. (2020). Survei: 54% UMKM Pakai Media Sosial untuk Pacu Penjualan saat Pandemi. Tersedia di <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5efdb7a7bea69/survei-54-umkm-pakai-media-sosial-untuk-pacu-penjualan-saat-pandemi> diakses pada 17 Desember 2021.
- Katadata. (2021). UNDP: Pendapatan 77% UMKM Berkurang Akibat Pandemi Corona. Tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/undp-pendapatan-77-umkm-berkurang-akibat-pandemi-corona> diakses pada 19 Desember 2021.
- Katadata. (2021). Survei KIC: Konsumen Bersedia Bayar Mahal untuk Produk Berkelanjutan. Tersedia di <https://www.google.co.id/amp/s/katadata.co.id/amp/yuliawati/ekonomi-hijau/612499e309ba9/survei-kic-konsumen-bersedia-bayar-mahal-untuk-produk-berkelanjutan> diakses pada 25 November 2021.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2021). Ini Syarat UMK Ikuti Program Sertifikasi Halal Gratis. Tersedia di <https://kemenag.go.id/read/ini-syarat-umk-ikuti-program-sertifikasi-halal-gratis-xmqd7> diakses pada 17 Desember 2021.
- Kementerian Kesehatan. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009. Tersedia di [https://infeksiemerging.kemkes.go.id/download/UU\\_36\\_2009\\_Kesehatan.pdf](https://infeksiemerging.kemkes.go.id/download/UU_36_2009_Kesehatan.pdf) diakses pada 10 Desember 2021.
- Kementerian Kesehatan. (2020). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020. Tersedia di [http://hukor.kemkes.go.id/uploads/produk\\_hukum/PMK\\_No\\_9\\_Th\\_2020\\_ttg\\_Pedoman\\_Pembatasan\\_Sosial\\_Berskala\\_Besar\\_Dalam\\_Penanganan\\_COVID-19.pdf](http://hukor.kemkes.go.id/uploads/produk_hukum/PMK_No_9_Th_2020_ttg_Pedoman_Pembatasan_Sosial_Berskala_Besar_Dalam_Penanganan_COVID-19.pdf) diakses pada 5 September 2021.
- Kementerian Keuangan. (2021). Menkeu Optimis Perekonomian Indonesia Kuartal III 2021 Tumbuh 4,5 persen. Tersedia di <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/menkeu-optimis-perekonomian-indonesia-kuartal-iii-2021-tumbuh-4-5-persen/> diakses pada 28 Oktober 2021.

- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2019). Dari Bonus Demografi, *Digital Talent Scholarship*, Hingga Palapa Ring. Tersedia di <https://www.kominfo.go.id/content/detail/16370/dari-bonus-demografi-digital-talent-scholarship-hingga-palapa-ring/0/artikel> diakses pada 15 November 2021.
- Kementerian PPN. (2017). Bonus Demografi 2030-2040: Strategi Indonesia Terkait Ketenagakerjaan dan Pendidikan. Tersedia di [https://www.bappenas.go.id/files/9215/0397/6050/Siaran\\_Pers\\_-\\_Peer\\_Learning\\_and\\_Knowledge\\_Sharing\\_Workshop.pdf](https://www.bappenas.go.id/files/9215/0397/6050/Siaran_Pers_-_Peer_Learning_and_Knowledge_Sharing_Workshop.pdf) diakses pada 15 November 2021.
- Kompas.com. (2021). Menkop Teten: Kondisi UMKM Mulai Pulih di Kuartal II 2021. Tersedia di <https://money.kompas.com/read/2021/08/05/162817326/menkop-teten-kondisi-umkm-mulai-pulih-di-kuartal-ii-2021> diakses pada 19 Desember 2021.
- Kompas.com. (2021). Penjualan Makanan Sehat Meningkatkan 6 Kali Lipat Pada 2021 di Tokopedia. Tersedia di <https://www.kompas.com/food/read/2021/05/09/151100175/penjualan-makanan-sehat-meningkat-6-kali-lipat-pada-2021-di-tokopedia> diakses pada 22 Desember 2021.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, 17<sup>th</sup> global edition. Pearson Education Limited, United Kingdom.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> edition. Pearson Education Limited, England.
- Marius, P. dan Pinontoan, F. (2013). *Penggunaan Internet Sektor Bisnis 2013*, 1<sup>st</sup> edition. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Jakarta.
- Marketeers. (2019). Bisnis F&B Kian Sehat Berkat Tren Gaya Hidup Sehat. Tersedia di <https://www.marketeers.com/bisnis-fb-kian-sehat-berkat-tren-gaya-hidup-sehat/> diakses pada 4 September 2021.
- McKinsey. (2020). Optimistic, Digital, Generous: Covid-19's Impact On Indonesia Consumer Sentiment. Tersedia di <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/marketing%20and%20sales/our%20insights/survey%20indonesian%20consumer%20sentiment%20during%20the%20coronavirus%20crisis/article%20-%20covid-19s%20impact%20on%20indonesian%20consumer%20sentiment.pdf> diakses pada 23 November 2021.

- Miles, M.B., dan Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis*, 2<sup>nd</sup> edition. SAGE Publications, United States of America.
- Mobile Marketing Association. (2020). Impact of COVID-19 on Consumer Behavior in Indonesia. Tersedia di [https://www.mmaglobal.com/files/covid\\_-19\\_indonesia\\_sentiment.pdf](https://www.mmaglobal.com/files/covid_-19_indonesia_sentiment.pdf) diakses pada 10 November 2021.
- Mothersbaugh, D.L., dan Hawkins, D.I. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, 13<sup>th</sup> edition. McGraw Hill, United States of America.
- Mulyadi, M. (2012). Riset Desain dalam Metodologi Penelitian. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16 (1), 71-80.
- Mulyawanti, I., Sjaifullah. E., dan Amiarsi. D. (2017). Teknologi Pengemasan Atmosfir Termodifikasi (*Modified Atmosphere Pacakaging/ MAP*) dan Vakum Pada Buah Durian, 14 (1),1-10.
- Noviyanti, L. (2018). Marketing Plan Produk Asuransi Kendaraan Bermotor. *Thesis Abstract*. Program Studi Magister Manajemen, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Oliver's Travel. (2017). A Map of The Most Vegetarian Friendly Countries in The World. Tersedia di <https://www.oliverstravels.com/blog/most-vegetarian-friendly-countries/> diakses pada 25 Oktober 2021.
- Pinatih, G. (2020). Healthy Food to Support Healthy Life. *Bali Medical Journal*, 9 (1), 380-385.
- PricewaterhouseCoopers Indonesia. (2020). Consumer Insights Survey 2020 An Indonesian Perspective: Before and After the COVID-19 Outbreak. Tersedia di <https://www.pwc.com/id/en/consumer-industrial-products-services/indonesia-gcis-2020-placemat.pdf> diakses pada 5 September 2021.
- PricewaterhouseCoopers Indonesia. (2020). Pesatnya Perubahan Perilaku Konsumen di Tahun 2020 Mendorong Perubahan Tren Digital, Kesehatan, dan Keberlanjutan, Menurut Pwc Global. Tersedia di <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/press-release/2020/indonesian/pesatnya-perubahan-perilaku-konsumen-di-tahun-2020-mendorong-perubahan-tren-digital-kesehatan-dan-keberlanjutan.html> diakses pada 5 September 2021.
- PricewaterhouseCoopers Indonesia. (2021). Global Consumer Insights Pulse Survey. Tersedia di <https://www.pwc.com/gx/en/consumer-markets/consumer-insights-survey/2021/gcis-june-2021.pdf> diakses pada 29 Oktober 2021.

- Raufiyaningrum, A. (2017). Perencanaan Pemasaran Produk Makanan Kesehatan Myheartbeat. *Thesis Abstract*. Program Studi Magister Manajemen, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Republika. (2021). Pandemi Tak Ubah Perilaku Masyarakat Konsumsi Sayur. Tersedia di <https://www.republika.co.id/berita/qs9zpt415/pandemi-tak-ubah-perilaku-masyarakat-konsumsi-sayur> diakses pada 21 Desember 2021.
- Sarkar, A.N. (2012). Green Branding and Eco-innovations for Evolving a Sustainable Green Marketing Strategy. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 8 (1), 39-58.
- Sonjaya, E.S. (2021). Proyeksi Konsumsi Pangan Penduduk Indonesia 2020-2030. *Essay Abstract*. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Statista. (2021). Breakdown of Social Media Users by Age and Gender in Indonesia as of January 2021. Tersedia di <https://www.statista.com/statistics/997297/indonesia-breakdown-social-media-users-age-gender/> diakses pada 27 Desember 2021.
- Susilo, B., Agustiningrum, D.A., dan Indriani, D.W. (2015). Pengaruh Penyimpanan Atmosfer Termodifikasi (*Modified Atmosphere Storage/ MAS*) terhadap Karakteristik Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*). *Jurnal Keteknikan Pertanian*, 36 (4), 369-378.
- Tasgin, E. (2017). Macronutrients and Micronutrients in Nutrition. *International Journal of Innovative Research and Reviews*, 1 (1), 10–15.
- Technavio. (2021). Global Health and Wellness Food Market 2020-2024. Tersedia di <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-health-and-wellness-food-market-2020-2024--drivers-restraints-opportunities-and-threats--technavio-301287265.html> diakses pada 26 Oktober 2021.
- The Nielsen Company. (2016). What's in Our Food and on Our Mind. Tersedia di <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/global-ingredient-and-out-of-home-dining-trends-aug-2016.pdf> diakses pada 5 September 2021.
- The Nielsen Company. (2018). Sustainable Shoppers: Buy The Change They Wish to See in The World. Tersedia di <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/global-sustainable-shoppers-report-2018.pdf> diakses pada 29 Oktober 2021.

- Thompson, A., Gamble, J., Peteraf, M., dan Strickland, A. (2020). *Crafting & Executing Strategy*, 22<sup>nd</sup> edition. McGraw Hill, New York.
- UKM Indonesia. (2019). Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK). Tersedia di <https://www.ukmindonesia.id/baca-izin/1486> diakses pada 1 November 2021.
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Tersedia di <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2009/36tahun2009uu.htm> diakses pada 05/10/2021 diakses pada 1 November 2021.
- United Nations Development Programme. (2021). Usaha Mikro Kecil dan Menengah Menanggung Beban Pandemi Covid-19 di Indonesia. Tersedia di <https://www.id.undp.org/content/indonesia/id/home1/presscenter/pressreleases/2021/Usaha-Mikro-Kecil-dan-Menengah.html> diakses pada 19 Desember 2021.
- Widjaya, P.G. (2017). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix Pada PT Murni Jaya. *AGORA*, 5 (1).
- World Bank. (2019). Aspiring Indonesia: Expanding The Middle Class. Tersedia di <https://www.worldbank.org/en/country/indonesia/publication/aspiring-indonesia-expanding-the-middle-class> diakses pada 27 Oktober 2021.
- World Bank. (2021). New World Bank Country Classifications by Income Level: 2021-2022. Tersedia di <https://blogs.worldbank.org/opendata/new-world-bank-country-classifications-income-level-2021-2022> diakses pada 28 Oktober 2021.
- World Health Organization. (2022). A Healthy Lifestyle. Tersedia di <https://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/nutrition/a-healthy-lifestyle> diakses pada 9 November 2021.