

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, K. (2020, September 24). *Manfaat Minum Susu sebagai Cara Hidup Sehat*. Dipetik November 19, 2021, dari Alodokter: <http://www.alodokter.com>
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Alina, S., & Maryna, V. (2019). *The Marketing Funnel as an Effective Way of the Business Strategy*.
- Aliyah, S. S., Wadud, M., & Veronica, M. (2022). Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Kemampuan Kerja terhadap Peningkatan Kualitas Produksi di TV Sumsel. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi*, 156-162.
- Alzaanin, R. (2020). A Conceptual Review of Digital Content Marketing Strategy as an Effective Practice to Grow Small Business. *Internatinal Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship*, 132-137.
- Anggarsari, F. (2022, Januari 25). *5 Alasan Pentingnya Analisa Kebutuhan Konsumen*. Dipetik Januari 31, 2022, dari Zahriaccounting: www.zahriraaccounting.com
- Anggraeni, R. (2021). *Mentan Ungkap 78 Persen Kebutuhan Susu RI Dipasok dari Impor*. Jakarta: IDX Channel.
- Anonim. (2022, Juni 21). *Daftar Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022*. Dipetik Januari 2023, dari GoodStats: <https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpFD1>
- Apriando, J.P., Soesanto, H., & Indriani, F. (2019). Jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 166-183.
- Aritonang, S.N. (2010). *Susu dan Teknologi*. Cirebon: Swagati Press.

- Badan Pusat Statistik. (2021). *Produksi Susu Segat menurut Provinsi (Ton)* .
Dipetik Juni 30, 2022, dari Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id>
- Budihardjo, M.A., Humaira, N.G., Ramadan, B.S., Wahyuningrum, I.F., & Huboyo, H.S. (2023). Strategies to reduce Greenhouse Gas Emissions from Municipal Solid Waste Management in Indonesia : The Case of Semarang City. *Alexandria Engineering Journal* , 771-783.
- Colicev, A., Kumar, A., & O'connor, P. (2019). *Modelling the Relationship between Firm & User Generated Content and the Stage of the Marketing Funnel*. Elsevier.
- Cooper, R., & Gancho, S. (2017). *Branding Today - The Importane of Design in Social Media Strategy*. ResearchGate.
- Dolan, R., & Goodman, S. (2017). *Succeeding on social media : Exploring communication strategies for wine marketing*. New Zealand: Elsevier.
- Fajri, I., Rizkylanfi, M.W., & Ismaya, R. (2021). The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision with Brand Awareness As an Intervening Variables in Parketa Coffe Shop Purwokerto. *Journal Gastronomy Tourism* , 91-110.
- Fatimah, F.N. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Hanaysha, J.R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry : Brand trust as a mediator. *Internation Journal of Information Management Data Insight* .
- Hayuningtyas, P. (2020). The Impact of Marketing Mix on Consumer Satisfaction and Customer Loyalty on Aqua Products . *Jurnal Bisnis dan Manajemen* , 83-103.
- Indarti, N. (2004). Business Location and Success : The Case of Internet Cafe Business in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business* , 171-192.
- Indiarti, D. (2022). *Outlook Komoditas Peternakan Susu*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jendral Kementerian Pertanian 2022.

- Jain, R. (2015). *Impact of Social Media Marketing on SME Business*. India : SAMVAD.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1991). *Principles of Marketing : Fifth Edition*. Prentice Hal International, Inc.
- Kurniawan, I. (2021, Februari 5). *IFAS EFAS untuk Strategy Planning*. Dipetik November 22, 2021, dari school of information system Binus Univesity: <https://sis.binus.ac.id>
- Lawson, B., & Samson, D.A. (2001). Developing Innovation Capability in Organisation Dynamic Capabilities Approach. *International Journal of Innovation Management* , 377-400.
- Mallick, S.K., Rudra, S., & Samanatal, R. (2020). Sustainable Ecotourism Development using SWOT and QSPM approach : A study on Rameswaram, Tamil Nadu. *International Journal of Geoheritage and Parks* , 185-193.
- Margaret, A.N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* .
- Maulana, H., & Soepatini. (2021). *Sementing Targeting Positioning Mengapa, Apa, dan Bagaimana*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Mukhtazar. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media .
- Musfar, T.F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia .
- Naini, N.F., Santoso, S., Andriani, T.S., Caludia, U., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences* , 34-50.
- Noor, Z.Z. (2012). *Manajemen Pemasaran Stratejik* . Sleman: Deepublish .
- Orami. (2022, Mei 25). *Hari Susu Sedunia: Tingkatkan Konsumsi Susu untuk Kesehatan dan Kurangi Dampak Buruknya bagi Lingkungan*. Dipetik Juli 10, 2022, dari Orami: <https://www.orami.co.id/magazine/hari-susu-sedunia>

- Petrova, A. (2022, Oktober 24). *How to Build an Effective Content Marketing Funnel [Study]*. Dipetik Februari 14, 2023, dari Semrush: <https://www.semrush.com>
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian 2022. (2022). *Analisis PDB Sektor Pertanian Tahun 2022*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian 2022.
- Putri, B.R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar.
- Rabbi, C.P. (2021, Desember 3). *Bahan Baku Industri Susu 78% Impor, Kemenperin Bakal Intervensi Pakan*. Dipetik Juli 2022, dari Katadata.co.id: <http://www.katadata.co.id>
- Ramadhina, A., & Mugiono. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen* , 59-67.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rockart, J.F. (1978). *A New Approach to Defining The Chief Executive's Information Needs*. Harvard Business Review .
- Rockart, J.F. (1978). *A New Approach to Defining the Chief Exevutive's Information Needs*. Cambridge.
- Rudyanto. (2018). Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial dan Keterkaitan Konsumen terhadap Niat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* , 177-200.
- Sedalo, G., Boateng, H., & Kosiba, J.P. (2022). *Exploring social media affordance in relationship marketing practices in SMEs*. Ghana: Elsevier.
- Sefudin, A. (2014). Redefinisi Bauran Pemasaran 4P ke 4C . *Journal of Applied Business and Economics* , 17-23.
- Sengupta, N., & Chandan, J. S. (2011). *Strategic Management*. New Delhi: Vikas.

- Septiani, F., Rahayu, S., & Elburdah, R.P. (2020). The Influence of Marketing, Promotion, and Reputation Strategies on Purchasing Decisions in Savings and Loans Cooperatives in South Tangerang. *Jurnal Administrare* , 109-116.
- Siyoto, S., & Sodik, M.A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soekarto, S.T. (2020). *Teknologi Hasil Ternak* . Bogor : PT Penerbit IPB Press.
- Sugiharto, S., & Renata, M. (2020). Pengaruh Ketersediaan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening dalam Studi Kasus di AMDK Cleo. *Jurnal Strategi Pemasaran* .
- Suhardi. (2011). Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *Jurnal STIE Semarang* , 14-22.
- Supriyadi, E.A., Supartono, W., & Purwadi, D. (2020). Pengembangan Strategi Bisnis Restoran Segmen Atas di Yogyakarta dengan Pendekatan Critical Success Factor. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* , 265-270.
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia* . Jakarta: Kencana.
- Syaifudin, M. (2013). Analisis Pengaruh Privasi, Keamanan dan Kepercayaan terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online di Olx.co.id. *Jurnal Manajemen Pemasaran* .
- Taneja, S., Pryor, M.G., & Hayek, M. (2016). Leaping Innovation Barriers to Small Business Longevity. *Journal of Business Strategy* , 44-51.
- Toni, D.D., Milan, G.S., Saciloto, E.B., & Larentis, F. (2016). Pricing Strategies and Levels and Their Impact on Corporate Profitability. *Revista de Administracap* , <http://dx.doi.org/10.1016/j.rausp.2016.12.004>.
- Uko, J.P., & Ayatse, F.A. (2014). Market Penetration as a Growth Strategy for Small and Medium Sized Enterprises in Nigeria. *Management and Administrative Sciences Review* , 8-22.
- Umar, H. (2008). *Strategic Management in Action*. Yogyakarta: Kanisius.

- Wijayanto, D. (2016). Fisheries Development Startegies of Biak Numfor Regency. *2nd International Symposium on Aquatic Products Processing and Health ISAPPROSH 2015* (hal. 28-38). Aquatic Procedia.
- Yam, J.H. (2020). *Manajemen Strategi Konsep dan Implementasi*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Yseen, H., & Al-adwan, A.S. (2019). *Digital marketing adoption among SMES in Jordan : A mixed method approach*. Jordan: ResearchGate.
- Yulianto, A., Wibowo, U.D., Kharismasyah, A.Y., Primadona, & Syamsudin, H. (2023). *Menggali Potensi dan Memahami Karakteristik Generasi Z dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Digital*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Zighan, S., Abuhussein, T., Al-Zu'bi, Z., & Dwaikat, N.Y. (2022). A Qualitative Exploration of Factors Driving Sustainable Innovation in Small and Medium Sized Enterprises in Jordan. *Journal of Enterprising Communities* .