

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, B., & Diniyati, D. (2020). Strategy Option to Improve Income Sustainability of Private Forest Farmer in Ciamis District, West Java. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 533(1), p. 012026. IOP Publishing.
- Adeleke, A. (2020) Studi Kasus Alat Pemasaran yang Digunakan Pemilik Kedai Kopi untuk Mempertahankan Bisnis. *Buka Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8, 726-753.
- Aditama, Roni Angger. 2023. *Manajemen Strategi Teori, Aplikasi, dan Studi Kasus*. AE Publisng.
- Adityara, S., & Rakhman, R. T. (2019). Karakteristik Generasi Z Dalam Perkembangan Diri Anak Melalui Visual. *Seminar Nasional Seni dan Desain*, Universitas Negeri Surabaya.
- Aji, D. A., & Juwita, R. (2023). Brand Activation Sebagai Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Studi Kasus: Headstock Coffee DI Balikpapan). *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1446-1462.
- Ajibroto, K., Hendriady de K., dan Dematria P. (2018). Analisis Lingkungan Strategis Untuk Meningkatkan Kompetitifitas Produk Perbankan. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(1), 56-71.
- Alhelalat, J. A., Habiballah, M. A., & Twaissi, N. M. (2017). The Impact of Personal and Functional aspect of restaurant employee service behaviour on customer Satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 66, 46-53.
- Arief, G. M., & Millanyani, H. (2015). Pengaruh social media marketing melalui instagram terhadap minat beli konsumen sugar tribe. *eProceedings of Management*, 2(3), 2581-2587.
- Ariesandy, P., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Ladyfameshop. *eProceedings of Management*, 6(2), 2767-2772.
- Arifin, F. H., Mirzanti, I. R. & Wibowo, S. A. (2023). Propose New Marketing Strategy for The New Brenc of Café Kopi Madi. *International Journal of Current Science Research and Review*, 6(6), 3434-3449.
- Arum, D. S., Saputri, M. E., Fakri, M. & Silvianita, A. (2022). Customer Satisfaction as a Mediator (Intervening Variabel) On the Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty Sidjicoffee. *Proceedings of the International Conferece on Industrial Engineering and Operations Manajement, Istanbul, Turkey*.

- Asmara, Aulia Yasmin. (2020). Analisis Faktor Pertimbangan Generasi Z Dalam Memilih Restoran Di Kota Bandung. (Disertasi Doktor, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Aydin, D., Selvi, Y., Kandeger, A., & Boysan, M. (2021). The Relationship of Consumers' Compulsive Buying Behavior with Biological Rhythm, Impulsivity, and Fear of Missing Out. *Biological Rhythm Research*, 52(10), 1514-1522.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Produksi Kopi Indonesia 2017-2022*. Badan Pusat Statistik: Jakarta.
- Campbell C., & Farrell, J. R. (2020). More Than Meets The Eye: The Functional Components Underlying Influencer Marketing. *Business Horizon*, 63, 469-479.
- Chatrina, N. F. & Suwanto. (2022). Pengaruh Harga, Ketersediaan Produk, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Saus Lombok Mas Pada CV. Indosari Lombok Mas Di Lampung Tengah. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(1), 239-247.
- Chotimah, T. H., & Parantika, A. (2022). Analisis Perilaku Pelanggan Generasi Y dan Z Dalam Memilih Coffee Shop Brand Lokal. *Media Bina Ilmiah*, 17(5), 975-982.
- Cinar, Dilaysu. (2021). An Overview of Fear of Missing Out Strategies Implemented by Brands. *Current Marketing Studies And Digital Development*. Lyon France: Livre de Lyon.
- Cuciana, T. (2021). Analisis Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD. Widagdo Rahayu Pactian (Disertasi Doktor, IAIN Ponorogo).
- Data Euromonitor. (2022). Volume Penjualan Kopi Siap Minum Indonesia Naik 3,2% Pada 2022. Diambil kembali dari <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/volume-penjualan-kopi-siap-minum-indonesia-naik-32-pada-2022>
- David, F.R. (2004). *Manajemen Strategi Konsep*. Alexander Sindoro, penerjemah: Agus Widyanoro, editor. Jakarta (ID): Indeks. Terjemahan dari: *Concepts of Strategic Manajement*. Ed ke-7.
- David, Fred dan David, Forest. (2016). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts*. New Delhi: Pearson.
- Delano, B., Tumbuan, W. J., & Mandagie, Y. (2022). Analisis TOWS terhadap penentuan strategi pemasaran di Cafe Time420s Kecamatan Langowan Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 101-112.
- De Vasconcelos Teixeira, Lucas. (2020). The Consumption of Experiences in Specialty Coffee Shops. In *Coffee Consumption and Industry Strategy in Brazil* (pp. 278-295). Woodhead Publishing.

- Dewi dkk. (2016). Analisis Aspek Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pada Proyek Konstruksi di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Teknik Sipil*, 20(2), 103-109.
- Fadhil, R. A., Redi, A. A. N. P., & Lusiani, M. (2020). Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Persediaan Bahan Baku di Outlet Perusahaan XYZ. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 4(2), 157-168.
- Fadli, Kembaren, E. T., Akbar, K., Rahman, A., & Piliang, A. A. (2022). Arabica Coffee Processed Product Development Strategy in Central Aceh District. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration*, 2(6), 1300-1314.
- Fahmi, A., & Febrianti, D. (2023). Pengaruh promosi melalui akun penyedia jasa iklan Instagram terhadap peningkatan penjualan produk makanan dan minuman. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(1), 1-10.
- Farunik, C. G., & Ginny, P. L. (2023). Tantangan dan Peluang Bisnis Dalam Beradaptasi Dengan Pasar Generasi Z. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 487-496.
- Fathurrohman, M. A. (2022). Penentuan Strategi Pengelolaan Coffee Shop Di Yogyakarta Dengan Mengidentifikasi Perilaku Dan Karakteristik Konsumen Menggunakan Metode Association Rules Dan Clustering (Studi Kasus Pada Mahasiswa Yogyakarta). *Master's Thesis*, Universitas Islam Indonesia.
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. (2016). *Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Fillayata, V. E. & Mukaram, M. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *In Prosiding Industrial Research Workshop and Nasional Seminar*, 11(1), 969-967.
- Gilboa, S., Seger-Guttmann, T., & Mimran, O. (2019). The unique role of relationship marketing in small businesses' customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 152-164.
- Ghorbanzadeh, D.; Rahehagh, A. (2020). The role of emotional structures in the relationship between satisfaction and brand loyalty. *Cogent. Psychol*, 7, 1-19.
- Griffin, R.W. & Ebert, R.J. (2006). *Bisnis, Edisi Kedelapam: Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Gorb, O., Dorohan-Pysarenko, L., Yehorava, O., Yasnolob, I., & Doroshenko, A. (2022). Boston Consulting group matrix; Opportunities for use economic analysis. *Scientific Horizon*, 25(7), 20-30.
- Hafni, R. D., Azzahra, A. A., & Rosdiani, K. (2020). Pandangan Citra Brand Kopi Janji Jiwa di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 12-21.

- Hardiyanti, N. Y. & Puspa, R. (2021). Coffee Culture di Indonesia: Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Gresik. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 1(2), 93-106.
- Hartsetyo, A. P., Kurnianingtyas, I., Wahyuni, N. N., & Barbie, V. (2023). Pengaruh E-lifestyle Sebagai Bentuk Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Jurnal Mahasiswa Indonesia*, 1(01), 1-15.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49, 30-50.
- Hurdawaty, R., Wibowo, F. S., & Sulistiyowaty, R. (2023). Studying the Consumption Behaviour of Generations Y and Z towards Ready-To-Drink Coffee. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, Vol 2 No. 1: 10–26.
- Ibrahim, C., Aljarah, A., & Sawaftah, D. (2021). Linking Social Media Marketing Activities to Revisit Intention Through Brand Trust and Brand Loyalty on the Coffee Shop Facebook Pages: Exploring Sequential Mediation Mechanism. *Journal Sustainability*, 13(4), 1-15.
- IDN Media. (2022). Indonesia Gen Z Report 2022. Dalam <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2022.pdf>
- Impact.com. (2022). 2022 Influencer Marketing Benchmark Report. impact.com.
- Indarti, D. dan Susanti, E. D. (2021). Analisis Porter Five Force Dalam Upaya Meningkatkan Startegi Bersaing. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(6), 505-517.
- Irvanto, O., & Sujana. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Ala di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 105-126.
- Komunitas Kopi Nusantara. (2022). Ada 3.000 Kedai Kopi di Seluruh Yogya, Terpadat di Indonesia. Diambil kembali dari <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBAIgDYG/full>
- Kumparan. (2022). Ada 3.000 Kedai Kopi di Seluruh Yogya, Terpadat di Indonesia. Diambil kembali dari <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBAIgDYG/full>.
- Lubis, N. R. A. (2022). Informasi Berbasis Media Sosial Pada Perpustakaan Digital. *Jurnal Pari*, 8(1), 53-56.

- Ma'ruf, Amir. (2022). *Analisis Strategi: Panduan Praktis SWOT, GE-MCKINSEY, SPACE, PFFA, QSPM, AHP Menggunakan Microsoft Excel*. Penerbit Andi.
- Mahendra, F. Z., & Nugroho, D. A. (2021). Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention pada Fan Apparel dengan Customer Engagement sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Akun Instagram @Authenticsid). *Jurnal Ilmiah Feb Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 9(2).
- Malini, Helma. (2021). Gaya Konsumsi dan Perilaku Konsumen Generasi Z di Warung Kopi. *Prodising Seminar Nasional SATIESP* (pp. 978-602).
- Manalu, Osman. (2021). Pengaruh Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Sistem Pengambilan Keputusan Pada Kantor PT. Perkebunan Nusantara III. *Jurnal Ilmiah "JUMAN DTINDO" Medan*, 3(2).
- Mariam, S. dan Ramli, A. H. (2019). Lingkungan Bisnis, Kapabilitas Unik dan Strategi Bersaing Perusahaan Distributor Ayam di Provinsi DKI Jakarta. *In Prosiding Seminar Nasional Pakar* (pp. 2-42).
- Mastarida, F. (2022). Dampak Penggunaan Sosial Media Terhadap Kinerja Bisnis. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 468-473.
- Marthalia, Lia. (2022). The Importance of Human Resources (HR) Management in Company. *Journal of World Science*, 1(9), 700-705.
- Maulida, E., Djuanda, G., Silalahi, I. V., Yasa, N. N. K., Rahmayanti, P. L. D., Tasrim, Wardhana, A., Widagda, I. G. N. J. A., Aprilia, H. D., Yusiana, E., Atika & Ismail, R. S. (2021). *Manajemen Strategik*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Meilinda, A., Hairunnisa, & Sary, K. A. (2018). Analisis Unique Selling Proposition Pada Kegiatan Promosi Rumah Makan Geprek Express. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 6(2): 28-42.
- Minarso, B., & Machmuddah, Z. (2020). Pentingnya Strategi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Pendapatan Anggota Forum UPPKS Kota Semarang. *Abdimas Unwahas*, 5(2), 134-138.
- Mrani, N. A. & Lastianti, S. D. (2019). Analysis of The Effect of Experiential Marketing And Community Reference on Purchase Decisions (Studi In Surabaya Brain Coffee). *International Journal of Advances in Social and Economics*, 1(1), 36-44.
- Muangmee, Chaiyawit. (2020). Relationship Marketing and Perseption Service Quality Model of Business Operator of Homestay in Samut Sakhon Province of Thailand. *Revista Argentina de Clinica Psicologica*, 29(5), 966-976.

- Najla, Dewanthi, Y., & Permana, E. (2022). Strategi Mempertahankan Usaha Franchise Pada Minuman Mixue di Indonesia. *Journal of Business Finance and Economic*, 3(2).
- Napoleon Cat. (2022). Instagram Users in Indonesia October 2022. Diambil kembali dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/10/>
- Nasution, Eri Yanti. (2021). Analisis Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Makanan di Kota Medan. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora ke-1*: 1007-1010.
- Nathaniel, Raba. (2020). *Pengantar Bisnis*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Nurhalim, A. D. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 26-41.
- Nurhasanah, S. & Dewi, C, (2019). The Emergence of Local Coffee Shops in Indonesia as a Counter to American Culture Hegemony. *Rubikon: Journal of Transnational American Studies*, 6(1), 1-11.
- Oey, M., & Juliana. (2022). Business Feasibility Study Joyinz Café at KH. Soleh Ali, Tangerang. *International Journal of Social and Management Studies (IJOMAS)*, 3(2), 164-174.
- Parinduri dkk. (2020). *Manajemen Operasional: Teori dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.
- Payne, A., & Frow, P. (2017). Relationship marketing: looking backwards towards the future. *Journal of services marketing*, 31(1), 11-15.
- Populix. (2022). *Riset Populix: Gen Z Makin Percaya Influencer*. Populix.
- Pradesi, J., & Prabowo, H. C. (2021). Planning for Row Material Inventory Needs at PT. X Semarang With Min-Max Method. *International Journal of Computer and Information System*, 2(3), 114-117.
- Pramita, D. A. (2016). Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Jajanan Khas Di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik. *Tesis*, Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Prasetyo, B. D. dan Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Prastono, I. W. & Fachira, I. (2023). Proposed Marketing Strategy for Coffee Shop in Jakarta. *International Journal of Current Science Research and Review*, 6(8), 5503-5517.
- Purwadi, Y. S., & Manurung, E. M. (2020). Cafes: new learning and knowledge production space for millennial students. *Journal of Economics and Business*, 3(1), 247-253.



- Purwanto, H. A. (2021). Pengaruh Social Servicescape Terhadap Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Coffee Shop Stonemilker Ward. *Agora*, 9(2).
- Rachmat, Z., Santoso, A., Sari, M. N., Nugraha, J. P., Waluyo, B. P., Wicaksono, T., Rizky, P. N., Afandi, A., Yunaz, H., Sarjana, S., Suseno, D. A. N., Mareta, Z., Kahar, A., Diawati, P., & Farlina, W. (2022). *Administrasi Bisnis*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Rahman, U. D. H. M. (2015). *Beginilah Nabi Berbisnis*. Elex Media Komputindo.
- Rahmatika, Rizka Astari. (2022). Exploring Marketing Strategies of Deaf Employing Coffee Shops in the Greater Jakarta (Case Study of Sunyi Coffee and Difabis Coffee). *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2), 668-673.
- Rakhmansyah, M., Wahyuningsih, T., Srenggini, A. D., & Gunawan, I. K. (2022). Small and medium enterprises (SMEs) with SWOT analysis method. *International Journal for Applied Information Management*, 2(3), 50-57.
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, Slamet. (2018). Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UMKM) Di Madiun. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 5(3), 159-168.
- Salim, M. A., & Siswanto, A. B. (2019). *Analisis SWOT dengan Metode kuesioner*. CV. Pilar Nusantara.
- Santoso, E. B. & Samboro, J. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 11(1), 1-8.
- Saptika, Florencia. Jovi. *Strategi pemasaran coffee shop setetes kopi dalam kondisi new normal* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sedjati, Retina Sri. (2015). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sharmila J., Anggoro Y., & Wibowo, S. A. (2023). Proposed Marketing Strategy for Dairy-Free Coffee Shop in Jakarta (Case Study: Mad For Coffee). *International Journal of Current Science Research and Review*, 6, 4027-4043.
- Shawky, S., Kubacki, K., Dietrich, T. & Weaven, S. (2018). Using Social Media to Create Engagement: a Social Marketing Review. *Journal of Social Marketing*, 9(2), 204-224.
- Sihite, M. T., & Hartomo, K. D. (2022). SWOT Analysis Quick Response Indonesian Standard (QRIS) As a Digital Payment System (Cashless)

- Towards Advanced Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 7109-7120.
- Singh, R. & Rani, S. (2019). *International Business Environment*. New Delhi: Educreation Publishing.
- Siregar, Ade Putra Halomoan. (2020). Analisis Strategi Bersaing Toko Roti X Berdasarkan IE-Matriks. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 1-21.
- Soedarsono, D. K., Mohamad, B., Adamu, A. A., & Pradita, K. A. (2020). Managing Digital Marketing Communication of Coffee Shop Using Instagram. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(5), 108-118.
- Sudiarto, A., Afriani, S., Effendy, Y. (2021). An Analysis of Eksternal Factor Evaluation (EFE) Matriks and Internal Factor Evaluation (IFE) Matriks at Baruna Fish Crackers Business in Kebun Tebeng Village of Ratu Agung Sub-District in Bengkulu City. *EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 2(4), 443-452.
- Sulistio, Ferly. (2016). Analisis Lima Kekuatan Porter pada PT Borneo Membangun. *Jurnal Agora*, 4(1), 34-43.
- Sunartono. (2023). Minat E-Sport Meningkatkan, Ratusan Pelajar Ikuti Kompetisi Mobile Legends. Diambil kembali dari <https://sport.harianjogja.com/read/2023/02/25/506/1127416/minat-e-sport-meningkat-ratusan-pelajar-ikuti-kompetisi-mobile-legends>
- Susanthi, Putu Rani. (2017). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus STIE Galileo Batam). *Jurnal Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 30-42.
- Susanto, Rendy Indra. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada PT. Patrinsaka. *Jurnal Agora*, 5(1).
- Suwatno. (2021). *Manajemen Kewirausahaan Panduan Menghadapi Disrupsi Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Syauqi, F. (2019). *Rumusan Blue Ocean Strategy Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Perusahaan Yang Kompetitif Dalam Bidang Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus di Kedai Kopi Merapi)*. Disertasi Doktor, Universitas Islam Indonesia.
- Tambunan, dan Agushinta, D. (2022) Analisis Strategi Bisnis PT. Tolu Dengan Pendekatan BMC Menggunakan Metode EFAS, IFAS dan SWOT. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, 9(3), 435-443.
- Taufiqurrokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Tintara, I. D. G. W., & Respati, N. N. (2020). The effect of product differentiation, service differentiation, and image differentiation on competitive advantage. *Am. J. Humanit. Soc. Sci. Res*, 4, 316-321.



- Tohari, N. (2023). Analisis Persaingan UMKM Coffee Shop Kabupaten Jember dengan Analisis Lima Porters Pasca Pandemi Covid-19. *Inovatif: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*, 3(4), 4530-4546.
- Triyanto, S., & Sa'idah, Z. (2023). Pemanfaatan Akun Instagram@ jogja24jam Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 3480-3493.
- Troffin Indonesia & Majalah MIX Marcom. (2020). Troffin Indonesia Merilis Riset "2020 Brewing in Indonesia". Diambil kembali dari <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/#:~:text=Hasil%20riset%20Toffin%20bersama%20Majalah,2016%20yang%20hanya%20sekitar%201.000>
- Virgana, V., & Lapasau, M. (2019). Enhancing strategic planning of school program through SWOC analysis. *MOJEM: Malaysian Online Journal of Educational Management*, 7(2), 1-26.
- Wahyudi, Kacung. (2019). *Manajemen Strategik*. Pamekasan: IAIN Madura Press.
- Warnadi dan Aris Triyono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- We are Social. (2023). Digital 2023 Indonesia The Essential Guide To The Latest Connected Behaviours. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Widjaya, Pieter Gunawan. (2017). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning Dan Marketing Mix Pada PT. Murni Jaya. *Jurnal AGORA*, Vol 5 No. 1.
- Widyastuti, P. (2022). Shopping Anxiety And "Fear Of Missing Out" (FOMO) for Purchase Intention of E-Commerce During Pandemic COVID-19. *Jurnal Ekonomi*, 11(02), 1116-1123.
- Widodo, Slamet. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (*Product Life cycle*). *Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4(1), 2527-2772.
- Yulianto, Harry. (2023). *Manajemen Strategis: Dasar Konsepsi Pada Organisasi Bisnis*. Pontianak: Yudha English Gallery.