

DAFTAR PUSTAKA

- Anne, F. L., Bisakha, S., Kilgore, M., & Locher, J. (2013). The influence of gender, age, education and household size on meal preparation and food shopping responsibilities. *Public Health Nutrition*, 17(9), 2061–2070. <https://doi.org/10.1017/S1368980013002267>
- Cahyarani, I. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen, dan Persepsi Harga terhadap Niat Pembelian Produk Organik. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Edisi 3, 1*, 294–301.
- Dissurul, N. S., Wally, L. F., Zuleika, R. A., Amelia, J., Antoni, P., Ayu, R., Farrawansa, J., & Hidayat, R. (2025). *Transformasi Pola Belanja Konsumen dari Ritel Konvensional Menuju Quick Commerce Melalui Layanan Pengiriman Instan*. 2(November).
- Fatimah, F. N. D. (2020). *Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien Serta Cara mengelola Peluang Ancaman*. Anak Hebat Indonesia.
- Kemarauwana, M., & Anjarnarko, T. S. (2021). *Buku Ajar Manajemen Strategi*. LPPM Universitas Sunan Giri Surabaya.
- Kostic, M., Sarac, V., Naerandzic, T., & Cvacevic, B. (2026). *Digital and Green Technological Drivers of Transformation in the Agri-Food Sector*. 1–27.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Tradiional to Digital*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16e Global). Pearson.
- Mayrowani, H. (2012). *Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia The Development of Organic Agriculture in Indonesia*. 70, 91–108.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Ekbis*, 9(2).
- Prabowo, A., Wahyuni, E. S., Tanjung, Y., Wijaya, M. R., & Adam, A. A. (2025). *Manajemen Pemasaran (Stratgi Pemasaran Era Digital: Menguasai Tren dan Teknologi Sebagai Konsep Baru Meningkatkan Penjualan)*. Serasi Media Teknologi.
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membelah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., & Oktavia, K. C. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 1(2), 100–110.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suprpto, R., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Menngkatkan Siklus Hidup Produk. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1).