

DAFTAR PUSTAKA

- Alika, R. (2019). Sepanjang Kuartal I 2019 Industri Tekstil dan Pakaian Melonjak 18,98%. *katadata*. Diambil dari [https://katadata.co.id/berita/2019/05/12/sepanjang-kuartal-i-2019-industri-tekstil-dan-pakaian-melonjak-1898#:~:text=Sepanjang kuartal I 2019%2C industri,%2C tumbuh 18%2C98%25.&text=Data Badan Pusat Statistik \(BPS,4%2C45%25 secara tahunan](https://katadata.co.id/berita/2019/05/12/sepanjang-kuartal-i-2019-industri-tekstil-dan-pakaian-melonjak-1898#:~:text=Sepanjang%20kuartal%20I%202019%2C%20industri,%20tumbuh%2018%2C98%25.&text=Data%20Badan%20Pusat%20Statistik%20(BPS,%204%2C45%25%20secara%20tahunan).
- Bekraf. (2017). *Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019*. Diambil dari <https://www.bekraf.go.id/pustaka/page/35-rencana-strategis-badan-ekonomi-kreatif-2015-2019>
- Bekraf, & BPS. (2017). *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif*. Diambil dari <https://www.bekraf.go.id/pustaka/page/data-statistik-dan-hasil-survei-khusus-ekonomi-kreatif>
- Clement, J. (2020a). Countries with the most Facebook users 2020. Diambil dari <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>
- Clement, J. (2020b). Countries with the most Instagram users 2020. Diambil dari <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/%0A>
- David, F. (2005). *Manajemen Strategis* (10th ed.). Salemba Empat.
- Dewaweb. (2017). Meningkatkan Website Conversion Rate Demi Kesuksesan Bisnis. Diambil dari <https://www.dewaweb.com/blog/meningkatkan-website-conversion-rate-demi-kesuksesan-bisnis/>
- Elitemarketer. (2019). Ini Dia Alasan Mengapa Bisnis Online Itu Menguntungkan! Diambil dari <https://elitemarketer.id/mindset/belajar-memahami-bisnis-online-yang-menguntungkan-anda/>
- Ellice. (2018). Knowledge to Power Your Website. Diambil dari <https://www.dreamhost.com/blog/elements-of-webdesign/>
- Frost, P. (2019). Marketing 101: Why Conversion Rate is Key to Your Success. Diambil dari <https://www.mainstreetroi.com/marketing-101-why-conversion-is-key-to-your-success/>
- Gandour, A., & Regolini, A. (2011). Web site search engine optimization: a case study of Fragfor.net. *Library Hi Tech News*.
- Google. (2020a). Bounce Rate. Diambil dari <https://support.google.com/analytics/answer/1009409?hl=en>
- Google. (2020b). Conversion Rate: Definition.
- Jack, J. (2018). Indonesian E-commerce Shopping Behavior. Diambil dari Snapcart website: <https://snapcart.global/indonesian-e-commerce-shopping-behavior/>
- Janse, B. (2019). 4C Marketing Model. Diambil dari toolshero website: <https://www.toolshero.com/marketing/4c-marketing-model/>
- KBBI. (2019). Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- Kemenperin. (2018). Revolusi Industry 4.0 Indonesia. Diambil dari http://kemenperin.go.id/download/18427&sa=D&ust=1573121144868000&usg=AFQjCNHa4YLo_fWbh3g9o6VDzIQ7zapaWQ
- Kemenperin. (2019). Industri Tekstil dan Pakaian Tumbuh Paling Tinggi. Diambil dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia website:

- <https://kemenperin.go.id/artikel/21191/Industri-Tekstil-dan-Pakaian-Tumbuh-Paling-Tinggi>
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0*.
- Lingga, M. A. (2019). Tiga Industri Kreatif yang Punya Potensi Besar di Indonesia, Apa Saja? *Kompas*.
- Maulina, R. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran STP pada Bisnis Online. Diambil dari jurnal by mekari website: <https://www.jurnal.id/id/blog/implementasi-strategi-pemasaran-stp-bisnis-online/>
- Maulina, R. (2020). SEM vs SEO, Ketahui Apa Saja Perbedaan dan Manfaatnya. Diambil dari <https://www.jurnal.id/id/blog/sem-vs-seo/>
- Munadi, E., Rayadiani, S., Haryana, A., Kurniawan, W., Fakhrudin, U., Ardiyanti, septika tri, ... Salim, Z. (2015). *Info Komoditi Pakaian Jadi*. Diambil dari http://bppp.kemendag.go.id/media_content/2017/08/Isi-BRIK_Pakaian_Jadi.pdf
- Osterwalder, A. (2012). Achieve Product-Market Fit With Our Brand New Value Proposition Designer Canvas. Diambil dari businessmodelalchemist website: <http://businessmodelalchemist.com/blog/2012/08/achieve-product-market-fit-with-our-brand-new-value-proposition-designer.html>
- Rahayu, N. (2019). E-Commerce Tumbuh Pesat di Indonesia, Ini Faktornya. *warta ekonomi*.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rohman, N. (2018). Pengertian Kebutuhan Primer, Sekunder, Tersier Beserta Dengan Contohnya. Diambil dari akuntanonline.com website: <https://akuntanonline.com/pengertian-kebutuhan-primer-sekunder-tersier/>
- Rumi, I. (2017). Usaha Fashion, Bisnis Tak Ada Matinya. Diambil dari solusiukm.com website: <https://solusiukm.com/usaha-fashion-bisnis-tak-ada-matinya/>
- Saleh, K. (2020). The Average Website Conversion Rate by Industry.
- Schlegelmilch, B. (2016). *Global Marketing Strategy: An Executive Digest*. (1985), 270. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-26279-6>
- Sindo, K. (2019). Hampir Semua Ritel Beralih ke Toko Online. *okezone*. Diambil dari <https://economy.okezone.com/read/2019/01/30/320/2011244/hampir-semua-ritel-beralih-ke-toko-online>
- SkalaNews. (2019). Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen. Diambil dari SkalaNews.com website: <https://skalanews.com/detail/intermezo/sainstek/318842-Kemkominfo-Pertumbuhan-e-Commerce-Indonesia-Capai-78-Persen>
- Solomon, L. (2016). How Do Conversion Paths Work? Diambil dari <https://www.searchenginepeople.com/blog/16053-conversion-path-user-flow.html>
- Suwardana, H. (2018). Revolusi Industri 4. 0 Berbasis Revolusi Mental. *JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri*. <https://doi.org/10.30737/jatiunik.v1i2.117>
- Ulya, F. N. (2019a). Aprindo: Konsumen Indonesia Makin Berwawasan. Diambil dari Kompas website: <https://money.kompas.com/read/2019/03/11/190716426/aprindo-konsumen->

indonesia-makin-berwawasan

Ulya, F. N. (2019b). Fashion Jadi Produk Terlaris dan Menguntungkan bagi E-Commerce. Diambil dari Kompas website: <https://money.kompas.com/read/2019/07/12/193100126/fashion-jadi-produk-terlaris-dan-menguntungkan-bagi-e-commerce>

Wibowo, E. A. (2016). *Pemanfaatan Teknologi E-Commerce dalam Proses Bisnis*. Diambil dari https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiJ7_r4trXqAhXU73MBHXnMD0oQFjABegQIBRAB&url=https%3A%2F%2Fwww.journal.unrika.ac.id%2Findex.php%2Fequi%2Farticle%2Fdownload%2F222%2F215&usg=AOvVaw2ZKsmf6wlbzbfhmyzhP-0S

Widowati, H. (2019). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>

