

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Nasution, “Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram,” *J. Bisnis Corp.*, vol. 6, no. 1, pp. 11–18, 2021, doi: 10.46576/jbc.v6i1.1484.
- [2] T. Alwi and E. Handayani, “Keunggulan Bersaing Ukm Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk,” *J. Pengemb. Wiraswasta*, vol. 20, no. 3, p. 193, 2018, doi: 10.33370/jpw.v20i3.256.
- [3] N. C. Saputra, “Bisnis Plan Pengembangan Usaha ‘ Optikal ’ Dengan Basis E-Bisnis,” vol. 1, no. September, pp. 159–164, 2018.
- [4] R. R. Situmeang, “Dampak Bisnis *Online* Dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis *Online* Transportasi Grab Di Kota Medan),” *Ajie*, vol. 03, no. 3, pp. 319–335, 2018.
- [5] S. Zhang, K. Pauwels, and C. Peng, “The Impact of Adding *Online-to-Offline* Service Platform Channels on Firms’ *Offline* and Total Sales and Profits,” *J. Interact. Mark.*, vol. 47, no. June, pp. 115–128, 2019, doi: 10.1016/j.intmar.2019.03.001.
- [6] L. I. PURWANTINI, “Perancangan Strategi Bisnis Toko Kelontong Model *Offline* to *online* (O2O) Menggunakan Framework ICDT (Information, Communication, Distribution, Transaction) ...,” *Repository.Unej.Ac.Id*, 2019, [Online]. Available: <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/100211>.
- [7] A. P. Wardhanie, P. Kartikasari, and S. H. E. Wulandari, “Pertumbuhan Bisnis Melalui Metode O2O pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia,” *J. Ilm. Bisnis dan Ekon. Asia*, vol. 12, no. 2, pp. 76–83, 2018, doi: 10.32812/jibeka.v12i2.10.
- [8] G. National and H. Pillars, “A revised ICDT model for exploring the sophisticated use of Internet among tourism SMEs.”
- [9] Y. D. Handarkho, T. R. Suryanto, F. K. S. Dewi, and E. Julianto, “Penerapan Strategi E-business Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dari Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia (Studi kasus Trooper Electronic Yogyakarta),” *J. Buana Inform.*, vol. 8, no. 4, pp. 201–212, 2017, doi: 10.24002/jbi.v8i4.1444.
- [10] A. Ghofur, I. T. Edy, R. Rohman, and M. F. Athobari, “Pengembangan UMKM Songkok Melalui Model E-Business Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Industri Kreatif Masyarakat Di Kelurahan Banjarmendalan Kabupaten Lamongan,” *J. Karya Abdi*, vol. 4, no. 3, pp. 720–726, 2020.
- [11] N. Azizah and B. B. Wahono, “Model E-Business Menggunakan Pieces Framework Untuk Peningkatan Daya Saing Ukm Berbasis Mobile Application,” *Simetris J. Tek. Mesin, Elektro dan Ilmu Komput.*, vol. 11, no. 2, pp. 661–671, 2021, doi: 10.24176/simet.v11i2.5185.
- [12] D. W. I. A. Kurniawan, “PERANCANGAN E-COMMERCE DALAM MENUNJANG STRATEGI BISNIS (Studi Kasus: Otaco Store Yogyakarta),” 2020.
- [13] Y. Yanuardi, R. Destriana, and F. Faridi, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan *Online* Gas Dalam Strategi E-Business Menggunakan An1.

- Yanuardi, Y., Destriana, R. & Faridi, F. Perancangan Sistem Informasi Penjualan *Online* Gas Dalam Strategi E-Business Menggunakan Analisis Swot. *JIKA (Jurnal Infor, JIKA (Jurnal Inform.,* vol. 4, no. 1, p. 1, 2020.
- [14] P. E. Kerajinan, L. Akar, W. Berbasis, and G. J. Barat, “Perancangan E-Business Kerajinan Limbah Akar,” vol. 13, no. 1, pp. 27–34, 2020.
- [15] C. D. Herlinmanda and Y. Yulianti, “Usulan Strategi Pemasaran bagi CDCmodels untuk Memenangkan Persaingan *Onlineshop*,” *J. Integr. Syst.*, vol. 1, no. 1, pp. 105–127, 2018, doi: 10.28932/jis.v1i1.992.
- [16] A. A. Effendy and D. Sunarsi, “Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui *Online* Di Kota Tangerang Selatan,” *J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 4, no. 3, pp. 702–714, 2020, [Online]. Available: <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/download/571/248>.
- [17] Elwisam and R. Lestari, “Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja,” *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 4, no. 2, pp. 277–286, 2019.
- [18] A. Strategi *et al.*, “Vol. 2 Nomor 1,” vol. 2, pp. 58–66, 2021.
- [19] T. Penjualan, U. Mitra, and A. Badokangresik, “ANALISIS PENGARUH STRATEGI *OFFLINE* TO *ONLINE* ( *O2O* ),” vol. 10, no. 3, pp. 206–213, 2021.
- [20] A. A. Angehrn, “The ICDT Model: Towards a Taxonomy of Internet-Related Business Strategies.,” *INSEAD Work. Pap.*, no. September, 1997.
- [21] E. Suwandi, F. H. Imansyah, and H. Dasril, “Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome,” *J. Tek. Elektro*, p. 11, 2018.
- [22] Y. Wautelet, M. Velghe, S. Heng, S. Poelmans, and M. Kolp, “On modelers ability to build a visual diagram from a user story set: A goal- oriented approach,” *Lect. Notes Comput. Sci. (including Subser. Lect. Notes Artif. Intell. Lect. Notes Bioinformatics)*, vol. 10753 LNCS, pp. 209–226, 2018, doi: 10.1007/978-3-319-77243-1\_13.
- [23] M. Davidian, Y. Lurie, and S. Mark, “QVD: Improving Quality – User Story as a Quality Value Driver (QVD) in Software Development,” *Wseas Trans. Comput.*, vol. 20, pp. 217–225, 2021, doi: 10.37394/23205.2021.20.23.
- [24] M. Jurisch, S. Böhm, and T. James-Schulz, “Applying machine learning for automatic user story categorization in mobile enterprises application development,” *Int. J. Interact. Mob. Technol.*, vol. 14, no. 15, pp. 81–94, 2020, doi: 10.3991/IJIM.V14I15.15263.
- [25] A. Febtriko and I. Puspitasari, “Mengukur Kreatifitas Dan Kualitas Pemograman Pada Siswa Smk Kota Pekanbaru Jurusan Teknik Komputer Jaringan Dengan Simulasi Robot,” *Rabit J. Teknol. dan Sist. Inf. Univrab*, vol. 3, no. 1, pp. 1–9, 2018, doi: 10.36341/rabit.v3i1.419.[1] L. I. PURWANTINI, “Perancangan Strategi Bisnis Toko Kelontong Model Offline to online (O2O) Menggunakan Framework ICDT (Information, Communication, Distribution, Transaction) ...,” *Repository.Unej.Ac.Id*, 2019, [Online]. Available: <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/100211>
- [26] S. Studi and P. T. S. Baru, “Integrasi Balanced Scorecard , Singapore Quality Award dan Pembobotan,” 2009.
- [27] T. H. Amaliah, “Peningkatan Kompetensi Mahasiswa Melalui Pelatihan

- Penulisan Karya Ilmiah Dengan Menggunakan Metode Kualitatif Dalam Masa Pandemi Covid-19,” *J. Ilm. Pangabdhi*, vol. 7, no. 2, pp. 89–93, 2021, doi: 10.21107/pangabdhi.v7i2.10677.
- [28] I. K. Raharjana, D. Siahaan, and C. Fatichah, “User Stories and Natural Language Processing: A Systematic Literature Review,” *IEEE Access*, vol. 9, pp. 53811–53826, 2021, doi: 10.1109/ACCESS.2021.3070606.