

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, L. T., & Ruliana, P. (2022). Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Daya Tahan dan Volume Penjualan Di Era Pandemi Covid 19. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 33-44.
- Arifa, A. (2023). Informan penelitian narasumber penjabaran topik penelitian. *Jurnal Visi Komunikasi*
- Assauri, S. (2019). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori, Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing (7th ed.)*. Pearson.
- Creswell, JW (2014). *Desain penelitian: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan campuran (edisi ke-4)*. SAGE Publications.
- Darmawan, R. (2019). *Manajemen Pemasran*. Jakarta: Erlangga.
- David, F. R. (2006). *Strategic management: Concepts and cases (11th ed.)*. Pearson Education.
- Delia, R., Syahputra, H., & Nasution, D. (2020). Strategi peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi era globalisasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1).
- Fawaid, M. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital terhadap penjualan susu kambing Etawa: Studi kasus pada usaha susu kambing Etawa di kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 5(2), 112–120.
- Fauzan, M. &. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Dunia Usaha. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran*, 123-130.
- García, I., Torres, A., & Calderón, M. (2019). Digital marketing strategies and customer engagement in the online environment. *Journal of Marketing Research and Case Studies*, 2019, 1–10.
- Hapriyanto, A. R. (2024). Strategi Inovatif Dalam Meningkatkan Dya Saing Bisnis Di Era Digital. *Nusantra Journal Of Multidisciplinary Science*, 109.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79–91. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(90\)90012-N](https://doi.org/10.1016/0024-6301(90)90012-N)
- Hidayah, N., Suryani, T., & Ramadhani, A. (2021). Strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis yang dinamis. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2)
- HubSpot. (2022). The ultimate guide to digital marketing. <https://blog.hubspot.com/marketing/digital-marketing>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Kumalasari, S. (2020). Manfaat Dan Peran Strategi Pemasaran Bagi Perusahaan . *Jurnal Manajemen Dan Strategi*, 214-220.
- Mardawani, L. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Maviinda, H. F. (2021). Peningkatan Daya Saing Umkm Di Era New Normal Melalui Strategi Pembuatan Konten Promosi Digital. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 63.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97-112.
- Marisana, D., Iskandar, S., & Kurniawan, D. T. (2023). Penggunaan platform merdeka mengajar untuk meningkatkan kompetensi guru di sekolah dasar. *Jurnal basicedu*, 7(1), 139-150.
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis strategi daya saing (competitive advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1-14
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Novia, C. (2022). Dampak Digitalisasi Marketing Terhadap Daya Saing Ukm Tahu. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 116.
- Noviana, R. &. (2020). Digital Marketing Dan Dampaknya Dalam Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 45-58.
- Prastyaningtyas, E. W., & Arifin, Z. (2019). Pentingnya pendidikan kewirausahaan pada mahasiswa dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai upaya menghadapi revolusi 4.0. *Proceedings of the ICECRS*, 2(1), 281-285.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Porter, ME (2008). *Keunggulan kompetitif: Menciptakan dan mempertahankan kinerja yang unggul* . Free Press.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Piliang, M. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rindiani, F. (2023). Strategi Pemasaran Umkm Keripik Pisang Tunas Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Journal Managemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2.
- Ranjani, E., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM Di

- Indonesia. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(5), 7443-7452.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Sartika, R. D. (2023). *Strategi Pemasaran Melalui Media Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Produk Kerajinan Tangan (Studi Pada Kerajinan Tangan Miniatur Hewan, Kelurahan Metro, Kecamatan Metro Pusat)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Sawicki, M. (2016). *Digital marketing: Concepts and techniques*. Global Media.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Statista. (2023). Digital advertising spending worldwide – statistics & facts. <https://www.statista.com/topics/1164/online-advertising/>
- S, S. E. (2020). Pemadaran Dalam Konteks Sosial Dan Manajerial. *Jurnal Ekonimi Dan Bisnis*, 105-115.
- Saputra, H. T. (2023). Penerapan Pigital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing Umkm. *Journal Economy Management Busiess And Entrepreneur*, 29-33.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan: Pedekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160-166.
- Sihite, M. (2018). Strategi peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi pasar global. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2).
- Surrachman, A. (2013). Daya saing perusahaan: Pengaruh kompetensi dan strategi pada kinerja perusahaan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 15–30.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133.
- Taroreh, R. N. J., Tumbuan, W. J. F., & Walandouw, A. M. (2018). Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan dan kepuasan konsumen. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4)
- Todur, D. (2016). Traditional marketing versus digital marketing: A comparative analysis. *Journal of Marketing & Communication Studies*, 4(2), 35–42.
- Tri Yulianto. (2013). Analisis daya saing usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).
- Tri Yulianto, A. (2013). Pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap daya saing perusahaan di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 104–118.

- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703–708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>
- Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan implikasinya pada keunggulan bersaing UKM di Indonesia. *Prosiding Forum Keuangan dan Bisnis IV*, 327–337.
- Wardhana, D. (2015). Pengaruh strategi pemasaran digital terhadap keunggulan bersaing UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(3), 145–155.
- Wardhana, A. (2015). Strategi pemasaran digital dan penerapannya pada keunggulan bersaing UKM di Indonesia . *Prosiding Seminar Nasional*.
- Wijaya, A. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajang Solo) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Wirapraja, A., Aribowo, H., Hariyanti, N. T., Basatha, R., & Rahmawati, T. (2021). Tinjauan literatur konsep gamifikasi dalam mendukung strategi pemasaran organisasi bisnis. *Eksekutif*, 18(1), 14-34.
- Wawolumaya, M., Wuntu, C. N., & Rondonuwu, L. M. (2022). Strategi pemasaran dalam memenangkan persaingan bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1)
- Wongleedee, K. (2015). Marketing strategies in traditional retailing businesses: A case of small retailers in Thailand. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 197, 2222–2227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.07.325>
- Zarrella, D. (2010). *The social media marketing book*. O'Reilly Media.
- Zafar, M. W., Saud, S., & Hou, F. (2019). The impact of globalization and financial development on environmental quality: Evidence from selected countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 26(3), 2761–2775. <https://doi.org/10.1007/s11356-018-3763-6>
- Agustinus, S. W. (1996). *Manajemen strategi: Konsep dan aplikasi*. BPFE-Yogyakarta.