

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, M. (2023). *Dampak Keberadaan Ritel MODERN Terhadap Ritel Tradisional Di Kota Padangsidempuan (Studi Kasus Di Kelurahan Sihitang Kecamatan Padangsidempuan Tenggara Kota Padangsidempuan)*. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Awaluddin, M. (2025). *COMPETITIVE ADVANTAGE & COMPARATIVE ADVANTAGE*. *Inovasi Makro Ekonomi (IME)*, 7(3).
- Bahri, K. N., Arissaputra, R., Firdaus, M. I., Akbar, A. Y., Simanjuntak, V. C., Setiorini, K. R., Kristiadi, A. A., Dewi, P. P., Prena, G. Das, & Wijaya, N. P. N. P. (2025). *Perilaku Konsumen*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Bediree, R. F. K. Al, & Jenaibi, T. H. Al. (2020). The Impact Of Digital Marketing In Achieving Customer Loyalty (An Analytical Study Of The Views Of A Sample Of Zain Telecom Customers In Babylon Governorate). *Palarch's Journal Of Archeology Of Egypt/Egyptology*, 17(5), 271–285.
- Depriyani, M., & Iman, S. (2025). Digitalisasi Sistem Pembayaran Berbasis Qr Code Untuk Mendorong Transaksi Non-Tunai Di Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta. *Aksime: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Akuntansi, Manajemen & Ekonomi*, 2(2), 33–47.
- Faisal, A., Fauziyah, N. N., Ekawanto, I., Sabur, M., & Asih, R. R. D. (2024). *DIGITAL MARKETING: Strategi Dan Inovasi Pemasaran Digital Menembus Pasar Global*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hazriyanto, H., Sari, A. P., & Afrinanda, A. (2025). *Strategi Pemasaran Digital*. CV. Gita Lentera.
- Hidayati, S. N., SE, M. M., Warti Ratnasari, S. E., Indraswari, D. K., & SE, M. M. (2025). *Manajemen Pemasaran*. Alinea Indonesia.
- Kuncoro, M. (2020). *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif Di Era Industri 4.0*. Penerbit Andi.
- Majid, M., Purwanto, T., & Kholidah, N. (2025). Peran Interaktivitas Dalam Media Sosial Terhadap Keterlibatan Konsumen Dan Peningkatan Brand Equity. *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi*, 33(1), 20–33.
- Man, S., Harto, B., Judijanto, L., Kusumastuti, S. Y., Kurniati, Y., Meta, W., Chaniago, N., Ramadhani, N., & Toii, I. E. W. (2025). *Entrepreneurship Di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mujito, S. E. (2025). *Strategi Pemasaran (Product, Price, Place And Promotion)*. Selat Media.
- Nugroho, C. (2023). *Medianomics Ekonomi Politik Media Di Era Digital*. Prenada Media.
- Nuvriasari, A., Judijanto, L., Susanti, R., Kusuma, M. A., Setyani, N. S., Malau, G. C., Pakpahan, A. K., & Ekasari, A. (2025). *Manajemen Pemasaran*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Prameswari, D. S. (2024). *Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Perusahaan*. Universitas Komputer Indonesia.
- Ramadian, A., Judijanto, L., & Erwin, E. (2025). *Customer relationship Management (CRM): Strategi Membangun Hubungan Pelanggan Yang Kuat*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Sabuhari, R., & Arilaha, M. A. (2025). *Fleksibilitas Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Sebagai Pendorong Kinerja Karyawan*. Kamiya Jaya Aquatic.
- Schwab, K. (2019). Davos Manifesto 2020: The Universal Purpose Of A Company In The Fourth Industrial Revolution. *World Economic Forum*, 2.
- Sjukun, S. T., & SM, M. M. (2024). *Pemasaran Di Era Digital*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Sugiyono. (2023). *Metode Pelitian Kualitatif (Edisi Ke-3)*. Alfabeta.
- Sularno, M. (2025). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness Di Era Media Sosial. *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 228–240.
- Suprayitno, D., Irmadiani, N. D., Munizu, M., Muchayatin, M., Mawarni, I., Saktisyahputra, S., Riyanto, J., Diputra, G. I. S., Musprihadi, R., & Islami, V. (2024). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Strategi*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Susilo, J., Baihaky, R., Asmara, A., Herdono, I., Fatmawati, F., Wulandari, H., Firmansyah, M. A., Anwar, R., & Sina, P. (2025). *Komunikasi Digital: Tren Dan Tantangan Di Era 5.0*. Star Digital Publishing.
- Tanaya, F. P. (2024). *Strategi Pemasaran Digital Di Instagram@ Palugada. Streetwear: Sebuah Studi Kualitatif Deskriptif*. Universitas Islam Indonesia.
- Venkatesan, R., & Lecinski, J. (2021). *The AI Marketing Canvas: A Five-Stage Road Map To Implementing Artificial Intelligence In Marketing*. Stanford University Press.
- Wulandari, F. (2025). *Rivalitas Ritel MODERN Dan Tradisional Di Kecamatan Kaur Selatan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Yusman, F. N. (2024). Dalam Eksplorasi Mengenai Peran Teknologi Dalam Industri Ritel, Dapat Disimpulkan Bahwa Fenomena Ini Menciptakan Lanskap Bisnis Yang Transformatif. Pertama, Evolusi Teknologi, Baik Di Toko Fisik Maupun. *Manajemen Bisnis Ritel*, 145.
- Zakaria, J. (2024). Peran E-Commerce Dalam Pembangunan Ekonomi Daerah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(1), 142.
- Iryani, L. (2018). Peran promosi dalam memediasi lingkungan pemasaran online terhadap perilaku pembelian online (Studi di Kota Lhokseumawe). *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2).

- Triyani, Nur Hafni, Iryani, L., Sufi, & Maisyura. (2024). Program pemberdayaan UMKM berbasis digital marketing pada Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Lhokseumawe. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*.
- Putri, R., Iryani, L., & Nursanjaya. (2024). Strategi pemasaran produk pada Toko Riska Bagstore Gampong Padang Sakti Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*.
- Sakdiah, & Sukmawati, C. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) dan Belanja Hedonis (*Hedonic Shopping*) terhadap *Impulse Buying* secara Online. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Ritonga, N., Cut Andyna, N., Ameliany, N., Sufi, & Sukmawati, C. (2025). *Brand Switching Behaviour* Konsumen Muslim Aceh terhadap Produk Makanan dan Minuman Pasca Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*.