DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Edisi Revisi). Bandung: Alfabeta.

Alatsari, Z. S., Fitriani, L. K., & Djuniardi, D. (2023). Pengaruh pemasaran digital dan kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM melalui keunggulan bersaing. *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 305–312. https://doi.org/10.25134/digibe.v3i2.310

Alpiana, N., & Permata Indah, D. (2024). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing pada UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 89–96. https://doi.org/10.37541/jimkes.v12i1.987

Febriyantoro, M. T. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1), 45–52. https://doi.org/10.31219/osf.io/xyz9q

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson. https://doi.org/10.1007/978-3-319-51456-1

McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Richard D. Irwin. https://doi.org/10.1177/002224376103800411

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications. https://doi.org/10.4135/QDA.2014

Moleong, L. J. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Purba, D., Simanjutak, T., Malau, J., Sholihat, Y., & Ahmadi, N. (2021). The effect of digital marketing and e-commerce on business sustainability of MSMEs during the COVID-19 pandemic. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(4), 912–928. https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2021-0198

Rachmawati, D., Pratama, A., & Susanto, H. (2025). Pola adaptasi pemasaran digital usaha ritel perlengkapan rumah tangga di daerah pegunungan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Daerah*, 7(1), 34–49. https://doi.org/10.22146/jmpd.v7i1.10245

Sari, I. P. (2023). Strategi bertahan usaha ritel perlengkapan tidur di daerah menghadapi persaingan belanja daring. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 45–58. https://doi.org/10.26905/jmb.v12i1.876

Sitorus, M., & Harahap, S. (2026). Peran kepercayaan dan kedekatan sosial dalam mempertahankan pelanggan ritel tradisional di era digital. *Jurnal Sosiologi Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 22–37. https://doi.org/10.31234/jseb.v15i1.42

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta