

DAFTAR PUSTAKA

- Akmir, A., Purwasih, D. R. N., Rasyid, N. H., Rahmawati, N., & Puspita, R. (2024). Strategi pemasaran usaha kecil dan menengah UMKM dalam meningkatkan daya saing di era revolusi industri (Studi kasus CV. Ayyash Mandiri Kendari). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(4), 5369–5372.
- Asikin, M. Z., Fadilah, M. O., Saputro, W. E., Aditia, O., & Ridzki, M. M. (2024). The influence of digital marketing on competitive advantage and performance of micro, small and medium enterprises. *International Journal of Social Science Research (IJSSR)*, 4(3), 963–967.
- As Shoib, A., Dewi, A. P., Prista, D., Wahyu, F. D., & Sudarmiatin. (2024). Analisis strategi pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada UMKM pengrajin keramik (Studi kasus pada UMKM Denis Souvenir Sulastri). *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(4), 91-98.
- Assyaukani, A., & Al Farisi, M. S. (2025). Manajemen pemasaran dalam perspektif syariah. *Dynamic: Jurnal Inovasi dan Dinamika Ekonomi*, 1(1), 36–43.
- Gunawan, A., & Ramdani, D. (2023). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing pada UMKM Omah Branded. *Jurnal JUMBIKU: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), 40–41.
- Handayani, F., Kadang, J., & Syrifuddin, I. (2023). Penerapan strategi pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada usaha Toreko. *Empiricism Journal*, 4(1), 208–212. <https://doi.org/10.36312/ej.v4i1.1170>
- Putri, F. A., & Munawaroh. (2025). Analisis strategi digital marketing dalam meningkatkan daya saing terhadap UMKM di era globalisasi. *Manajemen dan Riset Indonesia (MRI)*, 3(1), 141–155.
- Rahman, S., & Zainuddin, Y. (2024). Penerapan strategi pemasaran digital syariah untuk meningkatkan daya saing UMKM di Provinsi Gorontalo. *Journal of Mandalika Literature*, 5(4), 616–618.
- Rudianto, Z.R.V.(2023). Strategi pemasaran digital bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing (studi kasus pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2(2), 450–451.

- Sachlan, T. W., Tumanung, M., & Riung, C. M. (2025). Analisis penerapan bauran pemasaran produk rumah makan di kawasan Jalan Boulevard II Tuminting Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 13(1), 408–417.
- Saragih, L. S., Putriku, A. E., Sari, S. D., Laia, Y. N., & Syahputra, Y. (2024). Pemanfaatan digital marketing sebagai media pemasaran dalam upaya meningkatkan kontribusi ekspor UMKM di era 4.0. *JUSBIT: Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 63–72.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi pemasaran yang unik: Mengoptimalkan kreativitas dalam menarik perhatian konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Setiawati, I. B., & Ismail, J. (2025). Pemanfaatan digital marketing dalam membangun brand awareness institusi pendidikan tinggi. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik dan Kebijakan Negara*, 2(1), 167–181.
- Surbakti, L. M. C., Tumbel, A. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2025). Pengaruh brand ambassador dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk Ultra Milk x Stray Kids di Manado (Studi pada Gen Z). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 13(1), 43–54.
- Tolan, M. S., Pelleng, F. A. O., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di *online* shop Mita (Studi pada masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Utama, M. L. A., Mukhlis, I., & Zagladi, A. N. (2024). Application of digital marketing strategies to increase sales of UMKM products guided by BUMDes Kujati Perdana in Karangjati Village Pandaan Pasuruan. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 8(2), 267–260.
- Wijayanto, G., Jusherni, N., Nursanti, A., Novandalina, A., & Rivai, Y. (2024). The effect of e-commerce platforms, digital marketing, and user experience on market reach and competitiveness of Indonesian MSMEs. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 811–814.