

DAFTAR PUSTAKA

- Aflii. (2021). *Strategi manajemen dan bisnis dalam pemasaran*. Penerbit Ekonomika Press, Yogyakarta.
- Arief, A., (2021). Tantangan manajemen teknologi digital dalam pemasaran produk pertanian lokal di negara berkembang: Analisis temuan publikasi internasional. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 15(3).
- Cannon, J., Perreault, W., & McCarthy, E. J. (2018). *Basic marketing: A global managerial approach* (20th ed.). McGraw-Hill Education.
- Fathiah, N., Azhari, R., & Maulana, T. (2021). Strategi pemasaran dan pengaruhnya terhadap penjualan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(2).
- Fakhrudin, A.(2022). Komunikasi dalam promosi digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(1).
- Granroos, C. (dalam Sudaryono, A.). (2016). *Pemasaran berbasis relasi*. Prenada Media, Jakarta.
- Gurel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *The Journal of International Social Research*, 10(51).
- Haryani. (2022). Definisi dan klasifikasi UMKM dalam undang-undang No. 20 tahun 2008. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 5(1).
- Herdrayani, R., Surya, D., & Lestari, W. (2021). Strategi marketing mix dalam persaingan bisnis. *Jurnal Pemasaran dan Kewirausahaan*, 11(1).
- Hussain, A.(2023). Implementing technology for competitive advantage in digital marketing. *International Journal of Marketing Strategies*, 6(2).
- Ijomah, M.(2024). Innovative digital marketing strategies for SMEs: Driving competitive advantage and sustainable growth. *Journal of Digital Business Innovation*, 12(1).
- Juli, A., & Fauziah, S. (2024). Tujuan dan fungsi pemasaran digital. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 5(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Mariantha, Y. (2018). Pentingnya analisis SWOT dalam perencanaan bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, 9(2).
- Muhajidin, A., & Khoirianingrum, E. (2019). Segmentasi dan targetting pasar dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 7(2).
- Prasadhya, A. (2024). Aplikasi WhatsApp sebagai media marketing digital untuk mempromosikan dan meningkatkan produktivitas kue kacang Sari Rasa Prima. *Jurnal Inovasi Bisnis Digital*, 4(1).
- Prastyorini, D., & Fauziyyah, R. (2024). Strategi pemasaran dan perilaku konsumen. *Jurnal Pemasaran Kontemporer*, 6(2).
- Pratiwi, D. (2023). Komunikasi pemasaran digital produk cake and cookies dalam meningkatkan penjualan komunitas UMKM. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 3(1).
- Putri, A. D. (2017). Manajemen pemasaran dalam organisasi modern. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2).
- Putri, F. R. (2021). Strategi STP dalam bisnis modern. *Jurnal Strategi Bisnis*, 2(1).
- Reken, A., (2024). Pengantar pemasaran modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1).
- Respati, H., Basyari, R., & Andriani, M. (2024). Manfaat digital marketing dalam UMKM. *Jurnal Bisnis dan Inovasi Digital*, 6(1).
- Rossanty, Y. (2018). Targeting dan penentuan pasar sasaran. *Jurnal Manajemen dan Strategi Pemasaran*, 4(3).
- Rumengan, J. M., Soegoto, E., & Tawas, M. E. (2023). Penerapan matriks SWOT dalam bisnis UMKM. *Jurnal Analisis Strategi Bisnis*, 7(1).
- Sagita, A., & Wijaya, D. (2022). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Inovasi Pemasaran Digital*, 3(2).
- Sanjaya, S. (2019). Penawaran merek perusahaan melalui media digital. *Jurnal Teknologi dan Pemasaran*, 5(1), .
- Santoso, B., & Alawiyah, F. (2021). Perencanaan strategi pemasaran pada UMKM. *Jurnal Strategi dan Kebijakan Bisnis*, 8(2), .