

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, R. W. (2024). Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(1), 45–55.
- Ariyanto. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Ekonomika.
- Boufim, M., & Barka, H. (2021). Digital Marketing: Five Stages Maturity Model for Digital Marketing Strategy Implementation. *International Journal of Marketing Research*, 10(2), 120–135.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (6th ed.). Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson Education.
- Hutasuhut, J., Anugerah, A., Ramadhani, L., Lubis, A., & Ilham, M. A. (2024). Analysis of Creativity, Innovation and Marketing of Ducan Coffee. *Jurnal Inovasi Bisnis dan UMKM*, 9(1), 10–22.
- Kamalia. (2022). *Strategi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Media Sahabat Cendekia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 15, Jilid 1 & 2). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (Global Edition, 16th Edition). Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mariantha, G. (2018). *Teknik Analisis SWOT*. Surabaya: Literasi Nusantara.
- Nuseir, M. T., et al. (2023). The Role of Digital Marketing in Enhancing Customer Experience and Engagement. *International Journal of Business Research*, 11(2), 78–92.

- Pangestika, D. (2018). *Manfaat Penerapan Digital Marketing untuk UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sirodjudin, M., & Sudarmiatin. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM di Indonesia: A Scoping Review. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 13(1), 65–74.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, A. D., & Sirine, H. (2016). Segmenting, Targeting, dan Positioning dalam Pemasaran Strategis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 101–115.
- Yusuf, A. M., Astuti, M., & Ariani, M. B. N. (2022). The Effect of Digital Marketing Mix Strategy on Marketing Performance through the Implementation of Customer Relationship Management MSME 4.0 DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 6(1), 55–68.
- Ranjani, E., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal UMKM Digital Indonesia*, 5(2), 25–39.
- Nurendah, Y., & Purnama, D. (2024). Implementasi Digital Marketing Dalam Mendukung Promosi UMKM. *Jurnal E-Bisnis dan Inovasi UMKM*, 4(1), 41–50.
- Fadhilah, M., Wati, S. K., Kurniawati, E., & Ermawati. (2024). Penerapan Digital Marketing pada UMKM Batik Sembung di Kulonprogo. *Jurnal Kewirausahaan Digital*, 3(2), 66–78.