

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2022). *Marketing Mix: Pengertian, Unsur, dan Contohnya*. Gramedia.
Diakses dari <https://www.gramedia.com/literasi/marketing-mix/>
- Az-Zahra, N. S. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 98–107. <https://doi.org/xxxx>
- Brina, M., & Siahaan, M. (2024). Pengaruh Pemahaman Digital Marketing terhadap Produktivitas UMKM di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi Bisnis*, 10(1), 23–35.
- David, F. R., & David, M. E. (2020). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (18th ed.). Pearson.
- Great, Nusa. (2023). Cari Kursus ‘Design Thinking’ atau ‘Machine Learning’ Apa Itu Digital Marketing? Apa Saja Keunggulan Digital Marketing? Apa Saja Jenis-Jenis Digital Marketing? Apa Tujuan Digital Marketing?
- Ismano. (2023). Bauran Pemasaran: Pengertian dan Penjelasan Unsur 4P & 7P. *Serupa.id*. Diakses dari <https://serupa.id/bauran-pemasaran-pengertian-dan-penjelasan-unsur-4p-7p/>
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 123.

- Nuryakin, & Farid, M. S. (2021). *Strategi pemberdayaan UMKM di Indonesia dalam menghadapi persaingan global*. Deepublish.
- Priharto, Sugi. (2019). Pengertian Pemasaran, Fungsi, dan Jenis Pemasaran dalam Bisnis. Diakses dari Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=xnKOMmAAAAAJ>
- Purwana, E. S. D., Rahmi, U., & Saputra, T. H. (2017). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), 112-125.
- Reza, F., Santoso, B., & Dewi, E. (2020). Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT pada Mini Market di Mutiara Mart Rowotengah Jember. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 301–307. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif*, 4(2), 45–53.
- Sianturi, L. S., & Handayani, T. (2021). Evaluasi strategi pemasaran usaha tambak udang Desa Teluk Pambang (studi kasus Koperasi Produksi Generasi Mandiri). *Journal of Applied Business Administration (JABA)*, September 2021, 143–151. Politeknik Negeri Bengkalis.
- Sirodjudin, M., & Sudarmiatin. (2023). Implementasi Digital Marketing oleh UMKM di Indonesia: A Scoping Review. *Jurnal EBISMEN*, 2(2), 62–70.
- Sjawal, B. P., Mananeke, L., & Rotinsulu, J. J. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Café Manado). *Jurnal EMBA*, 8(3), 379–388.
- Sudarnadi, I. W. A., Candiasa, I. M., & Setemen, K. (2022). Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi dengan Analisis SWOT Balance Scorecard pada Inspektorat Kota Denpasar. *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika (JANAPATI)*, 11(3), 226–236. <https://doi.org/10.23887/janapati.v11i3.49086>
- Sumarwan, Ujang. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. IPB Press, Bogor.

- Tambunan, T. H. (2019). *Usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. LP3ES.
- Visser, J. K., Twinomurinzi, H., & Maduku, D. K. (2019). Factors Influencing Digital Marketing Adoption by SMEs in South Africa. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 13(1), 10–21.
- Wati Prasetyo, Andi, Martha Aulia Jefry, & Aniek Indrawati. (2020). *Digital Marketing*. Edited by Nadya Artha Fransiska. Pertama. Malang: Edulitera.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability* (15th ed.). Pearson.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) terhadap Brand Awareness pada E-Commerce. *Jurnal Manajerial*, 12(2), 198–209.
<http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Zebua, N. R. (2024). Analisis SWOT pada Usaha Rumah Makan Nasional. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 1–16.
<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/578>