

DAFTAR PUSTAKA

- Alshurideh, M., Tariq, E., Akour, I., & Al-Hawary, S. (2022). The effect of digital marketing capabilities on organizational ambidexterity of the information technology sector. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 401–408.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Marketing: An introduction* (13th ed.). Pearson Education.
- Boufim, A., & Barka, N. (2021). Digital marketing: Five stages maturity model for digital marketing strategy implementation. *Journal of Marketing Research and Case Studies*, 2021, 1–13.
- Brina, M., & Siahaan, M. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UMKM di Kota Medan. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(4), 11490–11499.
- Chaffey, D. (2015). *Digital business and e-commerce management* (6th ed.). Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson.
- Chen, J. (2023). *Target marketing strategies in digital era*. Oxford University Press.
- David, F. R. (2017). *Strategic management: Concepts and cases* (15th ed.). Pearson.
- Emad, T., & Hassan, R. (2022). *Contemporary digital strategy in modern businesses*. Routledge.
- Herhausen, D., Kleinlercher, K., Verhoef, P. C., Emrich, O., & Rudolph, T. (2020). Loyalty formation for different customer journey segments. *Journal of Retailing*, 96(1), 9–28.
- Jannatin, R., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Impact*, 2(2), 1–7.
- Kerin, R. A., & Peterson, R. A. (2015). *Strategic marketing problems*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran* (Edisi 16). Erlangga.

- Kumar, V. (2018). Transforming marketing with artificial intelligence. *Journal of Marketing*, 82(4), 1–10.
- Lestari, R., & Elwisam. (2019). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(2), 15–21.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). Pearson.
- Mariantha, D. (2018). *Teknik analisis SWOT*. Graha Ilmu.
- Nilplengsang, Y., & Pankham, S. (2024). Personalizing the digital customer experience: A positioning strategy. *Journal of Marketing Technology*, 2(1), 22–35.
- Pangestika, A. (2018). Manfaat digital marketing bagi perusahaan. *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(1), 10–17.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Pratama, R. (2022). Digital marketing: *Tinjauan konseptual*. Deepublish.
- Pratiwi, R., & Saputra, M. D. (2023). The future of Jambi UMKM marketing through the green economy in digital marketing. *Indonesian Journal of Digital Business and Marketing*, 1(1), 1–9.
- Ries, A., & Trout, J. (2001). *Positioning: The battle for your mind*. McGraw-Hill.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing* (3rd ed.). Kogan Page.
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing UMKM. *Journal Economy Management Business and Entrepreneur*, 1(1), 29–37.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *MANTAP*, 2(1), 109–112.
- Tande, R. (2018). Digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan daya saing usaha kecil. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 20–28.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Andi.
- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan digital marketing sebagai upaya peningkatan penjualan

pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *EKONOMI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155–159.

Widjaya, A. (2017). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Media Discourse Indonesia.

Wirtz, J. (2023). *Services marketing: People, technology, strategy* (10th ed.). World Scientific.

Wong, J. (2020). *Analisis SWOT dalam perencanaan usaha kecil*. Elex Media Komputindo.

Zarella, D. (2010). *The social media marketing book*. O'Reilly Media.
pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *EKONOMI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155–159.

Widjaya, A. (2017). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Media Discourse Indonesia.

Wirtz, J. (2023). *Services marketing: People, technology, strategy* (10th ed.). World Scientific.

Wong, J. (2020). *Analisis SWOT dalam perencanaan usaha kecil*. Elex Media Komputindo.

Zarella, D. (2010). *The social media marketing book*. O'Reilly Media.