

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhistian, D. (2020). Implementasi digital marketing dalam meningkatkan omset penjualan susu kambing Etawa Budidaya Pesantren Masyhad An-Nur Sukabumi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 23–31.
- Ahmad. (2020). *Analisis SWOT dalam strategi bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Anggreani. (2021). *Analisis SWOT dalam strategi pemasaran modern*. Pustaka Pelajar.
- Anjani. (2024). Implementasi digital marketing dalam mengembangkan strategi bisnis digital di era transformasi digital. *Jurnal Bisnis dan Teknologi Digital*, 8(1), 14–22.
- Arif, M., & Sunarto, H. (2024). *Strategi pemasaran era digital untuk UMKM*. Literasi Digital Nusantara.
- Arifin, B., Hudalil, A., & Ahruddin, A. (2019). Konsep digital marketing berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam strategi pemasaran. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis: Ekombis Sains*, 4(2), 87–94.
- Aryanto, H., Hidayat, S., & Fadilah, M. (2023). *Manajemen pemasaran dalam praktik bisnis modern*. Prenadamedia Group.
- Az-Zahra. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 115–123.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Erlangga, H., Sunarsi, D., & Firmansyah, M. (2021). Effect of digital marketing and social media on purchase intention of SMEs food products. *International Journal of Marketing and Consumer Research*, 12(4), 55–65.
- Fadhilah, S. (2024). Implementasi digital marketing melalui social media sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada pelaku usaha pemula. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 2105–2124.
- Fakhrudin, M., Ramdhani, N., & Chairul, A. (2022). *Bauran pemasaran: Teori dan aplikasi praktis*. Alfabeta.

- Ghifari, S., & Supendi. (2024). Penerapan strategi digital marketing pada UMKM Waken Café. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 7(1), 99–108.
- Gitosudarmo, I. (2015). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. BPFE-Yogyakarta.
- Handayani, T., Supriati, S., & Ristra, P. (2024). The analysis of consumers' perceptions towards the creative economy: Product, price, place/distribution and promotion aspects. In *International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2023 (iCAST-SS 2023)* (pp. 204–213). Atlantis Press.
- Hartanto, R., & Firmansyah, D. (2021). Implementation of digital marketing Pesona 88 Curup to build image for the decision of visit tourist attraction. *Journal of Tourism and Digital Marketing*, 5(2), 44–52.
- Hartono, Y., & Yusuf, M. (2020). Implementation of digital marketing strategies through social media marketing, supply chain management, and online sales of Bill Chilly product. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 6(3), 33–41.
- Indrapura, A., & Fadli, R. (2023). Strategi digital marketing untuk UMKM di era digitalisasi. *Jurnal Inovasi dan Bisnis Digital*, 7(1), 11–19.
- Kerin, R. A., & Peterson, R. A. (2015). *Strategic marketing problems: Cases and comments* (13th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Marketing: An introduction* (13th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Musyawah, & Idayanti. (2022). Strategi promosi dan tujuan pemasaran dalam era digital. *Jurnal Ilmu Pemasaran*, 10(1), 22–28.
- Nilplengsang, Y., & Pankham, S. (2024). Positioning strategy and consumer experience in digital branding. *Journal of Digital Business and Marketing*, 6(1), 55–63.
- Pratama, A., & Ayesha, S. (2022). Analisis manfaat digital marketing dalam pemasaran produk UMKM. *Jurnal Bisnis Kreatif Digital*, 9(1), 71–80.
- Rusmawati. (2021). *Analisis SWOT dan pemasaran strategis*. Graha Ilmu.
- Sabila, R. (2019a). *Digital marketing dalam perspektif konsumen milenial*. Literasi Nusantara.

- Sabila, R. (2019b). Sistem digital marketing bagi UMKM: Kemudahan dan tantangan. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(2), 47–56.
- Saifuddin. (2020). Penggunaan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran modern. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 112–123.
- Sari, R. A., & Akbar, R. (2025). Analysis of the implementation of design thinking in the marketing strategy design of HerJamu MSMEs in Pangkalan Jambi Village. In *International Conference on Industrial Technology and Business (INTECHBIZ)* (Vol. 1, No. 1, pp. 426–435).
- Sari, R., & Prasetyo, D. (2023). *Analisis SWOT untuk pengambilan keputusan strategis*. Mitra Wacana Media.
- Sundari, Eva., dan Imam Hanafi. 2024. *Strategi Pemasaran*. Pekanbaru: UIR PRESS
- Tambunan, T. (2023). *UMKM dan tantangan digitalisasi di Indonesia*. LP3ES.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran strategik dan pemasaran jasa*. Andi.
- Widjaya, A. (2017). *Segmentasi pasar dan perilaku konsumen*. Salemba Empat.
- Wijayati, D. (2019). *Analisis SWOT dalam praktik bisnis UMKM*. Laksana Ilmu.