

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, D. (2021). *PENGEMBANGAN UMKM (KEBIJAKAN, STRATEGI, DIGITAL MARKETING, dan MODEL BISNIS UMKM)* (Rachmi (ed.)). PT. Refika Aditama.
- Abdussamad, Z. (2021). *metode penelitian kualitatif* (M. S. Dr. Patta Rapanna, SE. (ed.)). CV. syakir Media Press.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). *SENI MENGELOLA DATA : PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK, SUMBER DAN WAKTU PADA PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL*. 3.
- Aliami, S., Hakimah, E., & Fauji, D. (2018). Dampak Pengembangan Pemasaran Digital Pada. *Dampak Pengembangan Pemasaran Digital Pada Startup'S*, 3(1), 73–87.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arianto, B. (n.d.). *Triangulasi Metoda Penelitian Kualitatif* (I. K. Hatiebi, S. Ghozi, E. Sorongan, & Gozali (eds.); Oktober 20). Borneo Novelty Publishing.
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., & Yusnanto, T. (2022). *Digital Marketing*.
- Barus, D. R., Natanael Simamora, H., Glora Surya Sihombing, M., Panjaitan, J., & Susana Saragih, L. (2023). Tantangan dan Strategi Pemasaran UMKM di Era Teknologi dan Digitalisasi. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(6), 357–365. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2958>
- Bisri, R. K. (2024). *Analysis of Marketing Strategies to Increase Competitiveness in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Shoe Industry Ortins Namaste Art Kediri Regency*. 2, 621–631. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/kilisuci/article/view/4262/3295>
- Coulter, M. K. (2005). *Strategic Management in Action* (3rd, berilus ed.).
- Eka, D., Mukmin, S. A., Wisnu, S., Bhirawa, S., Nusantara, U., Dahlan, J. K. H. A., & Timur, K. J. (n.d.). *Analisis penerapan promosi diinstagram dalm meningkatkan pendaptan bengket cat kk-paint kota kediri*. 949–956.

- Fadli, M. R. (2008). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Fazilatun Nisa, D., Putri Pratiwi, G., & Edward Utama, R. (2023). Evaluasi Rencana Strategis Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Di Industri Retail: Kasus Studi Pada Beberapa Peritel Terkemuka. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 1(11), 1–13.
- Fernando, A. (2024). *PENANGANAN KELUHAN SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN MEMBANGUN KEPERCAYAAN KONSUMEN DELTA COFFEE ROASTER*.
- Hakimah, E. nurzainul. (2018). *Konsep pemasaran untuk usaha baru hiddroponik titik tanam minum*.
- Hariyono, Suharto, & Erlangga, H. (2024). *ENTREPRENEURSHIP : Manajemen Strategi untuk Perkembangan UMKM di Indonesia* (Sepriano (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hasan, H. (2022). Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri. *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)*, 2(1), 23–29. <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32>
- Ihza, K. N. (2020). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 599–597.
- Indarto. (n.d.). *KETAHANAN BISNIS UMKM Strategi menghadapi krisis dan tantangan* (C. Y. Prawihatmi (ed.); 2024th ed.).
- Indiana, W., City, K., Java, E., & Information, A. (2024). *Kilisuci International Conference on Economic & Business Vol. 1 Year 2024 Using Instagram as a Promotional Media to Build Brand Awareness in Mushroom Kaliraya MSMEs*. 1, 644–649.
- Indrajaya, T., Primasyah, D., Yulianti, S., Rosmiati, E., & Sova, M. (2022). Peran E - Bisnis Dalam Pengembangan Umkm. *Jurnal Economina*, 1(2), 239–247. <https://doi.org/2963-1181>
- Klother, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *MARKETING 4.0 BERGERAK DARI TRADISIONAK KE DIGITAL* (F. Ilyas, A. Tarigan, Suprianto, & Fajarianto (eds.)). gramedia pustaka utama.
- Machmud, A. (2013). *Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah*. 2018.
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran (Umk) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Manumpil, A., Mananeke, L., & ... (2021). Pengaruh strategi bauran pemasaran

- terhadap minat beli ulang produk geprek benua manado. *Jurnal EMBA: Jurnal* ..., 9(3), 1808–1818.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36007%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/36007/33558>
- Mardikaningsih, R. (2023). *View of STRATEGI INOVASI DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM DI KOTA SURABAYA.pdf*.
- Monica, G., & Meilina, R. (2023). Analisis Peran Keterampilan Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Umkm Kerupuk Rambak Cap Ra Di Kabupaten Tulungagung. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 1327–1334.
- Mukhlis, I. R., Ratnawita, R., Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, Nur, I., Akrom, N. K., Mardiana, S., & Riana, N. (2023). *DIGITAL MARKETING STRATEGY: Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=-nreEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=strategi+pemasaran+digital&ots=v2rKR8ryVP&sig=LLdDE-U037-D6z4xzKxxQuQ23eE&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi pemasaran digital&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=-nreEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=strategi+pemasaran+digital&ots=v2rKR8ryVP&sig=LLdDE-U037-D6z4xzKxxQuQ23eE&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi+pemasaran+digital&f=false)
- Nasution, A. F. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (M. Dr. Hj Meyniar Albina, Zulfa, & Nita (eds.)).
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the New Economics of Competition TO SELL INFORMATION WORK AND LIFE: THE END OF MANAGING PROFESSIONALS. *Harvard Business Review*.
- Ramadania, R., Juniwati, J., & Limanto, M. (2020). Interaksi E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Minat Pembelian Kembali Dalam Transportasi On-Line Gojek. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(2), 264.
<https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2020.v14.i02.p10>
- Rofii, & Rahim, A. (2024). Perkembangan Ekonomi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Dan Fiqih Siyasah. *Bina Patria*, 18(1978), 2587–2602.
<https://binapatria.id/index.php/MBI/article/view/797>
- Rouse, M. (2011). *pemasaran media sosial (SMM)*. (Issue December).
<https://doi.org/10.70310/cqw40j81>
- Santoso, E., Hakimah, E. N., & Ratnanto, S. (2023). Perspektif Pelaku Umkm Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas (Studi Kasus Usaha Tahu Bapak Matnuri). *In Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8, 591–600.
- Sardanto, R., & Rahman, D. (2023). Strategi Inovasi Sablon Shift Untuk

- Meningkatkan Daya Saing Pasca Covid-19 Di Industri Sablon Kaos. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(1), 44–50.
<https://doi.org/10.36982/jiegm.v14i1.3127>
- Sari, C. F., Hendrati, I. M., & Utami, A. fitria. (2022). Optimalisasi E-Commerce Dan Digital Marketing Pada Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.2*, 2(1), 107–110.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). strategi membangun branding bagi pelaku UMKM. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban sosial media : fantastis menumbuhkan visitor, circle, likes, koneksi, retweet, dan follower*. Jakarta Elex Media Komputindo 2015.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 2*.
- Umrati, H. W. (n.d.). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*.
<https://books.google.co.id/books?id=GkP2DwAAQBAJ&lpg=PA7&ots=yNzI2w9Y4A&dq=analisis data kualitatif teori konsep dalam penelitian&lr&hl=id&pg=PA7#v=onepage&q=analisis data kualitatif teori konsep dalam penelitian&f=false>
- Wardani, F. K. (2023). STRATEGI KOMPETITIF PEDAGANG ANGKRINGAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI USAHANYA (Studi Kasus Pada Angkringan Modern di Cilacap Kota) HALAMAN. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Yunita, I. N. K. (2024). *Kilisuci International Conference on Economic & Business Vol. 1 Year 2024 Implementation of Digital Marketing and Product Development to Increase Buyer Attraction in Pawon Encus MSMEs*. 1, 272–281.