

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Nas Media Pustaka.
- Alma, BucharidanDonniJuniPriansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Anam, C., Survival, S., & Iswari, H. R. (2021). Kemampuan Pengusaha Dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan dan Konsep Penjualan Di Masa New Normal. *Jurnal ilmu manajemen*, 10(2), 93-100.
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155-166.
- Anggraeni, R., Djuwita, D., Syekh, I., & Cirebon, N. (2019). Analisis pemanfaatan social media marketing terhadap customer loyalty yang menggunakan brand trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 445-455.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83-96.
- Azizah, N., Erly Rofianti Wahyudi, Khoirun Nissa, Amelia Fibrianti Wahyudi, & Siti Khoiruli Ummah. (2019). “Pemberdayaan Istri Nelayan Melalui Pelatihan Digital Marketing Strategy (DMS) Darah Biru”, *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 131-141.
- Bakhri, S., Aziz, A., & Khulsum, U. (2019). Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Diliana, T. (2021). *Analisis manajemen strategi keunggulan bersaing teori Michael E. Porter dalam upaya mempertahankan eksistensi usaha: Studi kasus Unit Usaha Pondok Pesantren Sunan Drajat Kecamatan Paciran Kabupaten*

- Lamongan Jawa Timur* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Diyanti, Y. (2018). *Analisis swot sebagai strategi meningkatkan daya saing usaha tahu di desa hajoran kecamatan sungai kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68-73.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing: Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Kremes Ubi” di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17-22.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing.
- Fadila, S., & Layaman, L. (2023). The Effect of Marketing Mix on Consumer Loyalty at Alfamart Lengkong. *Cirebon International Journal of Economics and Business*, 1(1), 22-28.
- Fatimah, F. N. (2016). Teknik analisis SWOT. Anak Hebat Indonesia.
- Hadi, A. S., & Khairi, A. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada Kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127-132.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi_strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi. *Competitive*, 16(1), 32-41.
- Hadiwijaya, H., & Prasetya, D. (2023). Meningkatkan Kualitas Produk dan Daya Saing melalui Inovasi dan Pemasaran Digital Pada Pengrajin Sangkar

- Burung di Palembang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(5), 289-295.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651-659.
- Jasmine, I. E. (2022). Sistem Endorsement Melalui Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Di RH Collection Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Kholik, J. R. A., & Budianto, I. R. (2023). Literatur Review: Penerapan Strategi Pemasaran Digital dan Kolaborasi Influencer dalam Meningkatkan Kesadaran Merek. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 2(2), 422-429.
- Kotler Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Penerbit Prentice Hall, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Phillip, dan Gary Armstrong. (2008). "Prinsip-Prinsip Pemasaran". Ed.12. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- Layaman, L. (2015). Analisis Dan Pilihan Strategi:(Strategi Perbankan Syari'ah dalam Memenangkan Persaingan). *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 7(2).
- Layaman, L., & Rahmawati, K. Y. (2023). Pendampingan UMKM dalam Peningkatan Kualitas Pemasaran Berbasis Digital di Desa Bakung Lor Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 75-86.

- Luthfiyyah, V. (2023). *ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENINGKATAN LABA USAHA DI EB BATIK TRADISIONAL CIREBON* (Doctoral dissertation, S1 Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati).
- Manik, C. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 3(1), 40-56.
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis strategi daya saing (competitive advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1-14.
- Mukhlis, I. R., Ratnawita, R., Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, I. N., Akrom, N. K., ... & Riana, N. (2023). *DIGITAL MARKETING STRATEGY: Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nugroho, A. S. (2021). *Digital Marketing: Teori dan Implementasi (Tinjauan Praktisi Digital Marketing)*. Guepedia.
- Philip Kotler and Garry Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Rahmawati, D. (2019). Pengembang pemasaran produk roti dan pastry dengan bauran pemasaran 4P di Sari Good Bakery. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 233-243.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam pasar global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-223.
- Rifai, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Peningkatan volume penjualan berbasis bauran pemasaran. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(2), 152-162.
- Rismawati, Fitria., dkk. 2018. Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada Larissa Aesthetic Center Cabang Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*. ISSN 1907-9990|E-ISSN 2548-7175|Volume 13 Nomor 2 (2018)

- Rozinah, S., & Meiriki, A. (2020). Pemanfaatan digital marketing pada usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di kota tangerang selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(2), 134.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24-31.
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. A. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 1(1), 29-37.
- Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *SENRIABDI*, 360-371.
- Sodik, S. S. (2015). DASAR METODOLOGI PENELITIAN. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 87-100.
- Sudrajat, A. (2008). Pengertian pendekatan, strategi, metode, teknik, taktik, dan model pembelajaran.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabet.
- Sumarni, T., Melinda, L. D., & Komalasari, R. (2020). Media sosial dan e-commerce sebagai solusi tantangan pemasaran pada masa pandemi covid-19 (Studi kasus: UMKM Warung Salapan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 163-171.
- Sundari, N., Febriyanti, P. S., Angelica, A., Lukmana, L., Apriyanti, B., Cristin, F. Z., & Effendy, D. (2022). Optimalisasi Keuntungan Ayam Geprek Menggunakan Pemrograman Linear Metode Simpleks. *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, dan Valuta)*, 2(1), 1-6.

Syahza, A. (2021). METODE PENELITIAN. Pekanbaru: UR Press Pekanbaru.

Umam, M. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keuntungan Bisnis Kuliner Di Kecamatan Mayong Jepara* (Doctoral dissertation, STAIN Kudus).

Utama, I. D. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 1-10.

Wijoyo, H. &Widiyanti, . (2020). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Era Pandemi Covid-19. Dalam: Prosiding Seminar Nasional Kahuripan, Tahun 2020.

