

DAFTAR PUSTAKA

- Adli Dzil Ikram, & Masiyah Kholmi. (2024). Eksplorasi Keterkaitan Antara Budaya Organisasi dan CSR : Pendekatan Bibliometrik. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 72–87. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.941>
- Angel Putri Ayu. (2025). *SKRIPSI STRATEGI DIGITAL MARKETING SEBAGAI PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA METRO Oleh : ANGEL PUTRI AYU ASTI ANANTA NPM. 2103011008.*
- Arum Andini, Ridwan Ridwan, Rohmalia Putri, Dwi Salwa, Idam Idam, & Daffa Owen. (2025). Strategi Branding dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk pada UMKM Mins di Pasar Digital. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(3), 882–888. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i3.2596>
- Devara, K. S., & Sulistyawati, E. (2019). PERAN INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6367. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p25>
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (n.d.). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 6, Issue 1). <https://republika.co.id>
- Hitt, M. A. ., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. . (2007). *Strategic management : competitiveness and globalization*. Thomson/South-Western.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Prentice Hall.
- Mudassir, A., Ir Yongker Baali, M., Sri Ernawati, Ms., St Aisyah, M. R., Widia Firta, Ms., Anna Triwijayati, M., Adi Ekopriyono, Ms., Frans Sudirjo, Ms., Hermiyetti, M., Asraf, C., & Budi Akhmad Tarigan, Ms. (n.d.). *METODE RISET MANAJEMEN PEMASARAN: P e n d e k a t a n K u a n t i t a t i f Penulis*. www.getpress.co.id
- Pieter Gunawan Widjaya. (2017). *ANALISIS SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING DAN MARKETINGMIX PADA PT.MURNI JAYA*. www.kemenperin.go.id
- Putri, M. A., & Oktafia, R. (2021). STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM KERUPUK DESA TLASIH TULANGAN SIDOARJO. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 4.
- Silaningsih, E., & Utami, D. P. (2018). *PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PRODUK OLAHAN MAKANAN RINGAN THE*

*EFFECT OF MARKETING MIX TO CONSUMEN WILLINGNESS TO BUY
IN MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES (MSME) SNACKS PRODUCT:
Vol. Ditelaah.*

- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif).*
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF dan R&D.*
- Sulistyo, A., Eko Yudiandri, T., & Ernawati, H. (2022). LITERASI DIGITAL PELAKU UMKM DALAM UPAYA MENCIPTAKAN BISNIS BERKELANJUTAN. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2).
- Wardhana, A. (n.d.). *BUSINESS STRATEGY AND POLICY IN THE DIGITAL EDGE 4.0.*