

DAFTAR PUSTAKA

Sumber E-book:

Amruddin, D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
[https://repository.umb.ac.id/59/1/BUKU METODOLOGI PENELITIAN Kuantitatif _ ANOVA.pdf](https://repository.umb.ac.id/59/1/BUKU%20METODOLOGI%20PENELITIAN%20KUANTITATIF%20ANOVA.pdf)

Digital marketing. (n.d.).

Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Penelitian, Kuantitatif, dan Campuran*. In A. & P. R. Fawid (Ed.), *Pustaka Pelajar* (Fourth Edi). <http://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=49156&lokasi=lokal>

Djaali, P. D. H. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN Kuantitatif*.
<https://books.google.co.id/books?id=wY8fEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

I Ketut Swarjana, S.K.M., M.P.H., D. P. (2022). *POPULASI-SAMPEL, TEKNIK SAMPLING & BIAS DALAM PENELITIAN*.
<https://books.google.co.id/books?id=87J3EAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

SUGIONO, P. D. (2023). *Metode Peneitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
<https://drive.google.com/file/d/1JTyIPzog-oQbuZTjXi7VokKchrc9sW7q/view?usp=drivesdk>

Sugiyono. (2019). - *Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1). ALFABETA BANDUNG.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
<https://www.scribd.com/document/729101674/Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-r-d-Sugiyono-2020>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian*.
<https://www.scribd.com/document/691644831/Metode-Penelitian-2022-SUGIYONO>

Sumber Jurnal :

Afra, Z. F. (2024). *Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Banda Aceh Melalui Analisis Faktor-faktor Penghambat dan Solusi*.
[https://repository.ar-raniry.ac.id/38516/1/Zia Farhan Afra%2C 170604085%2C FEBI%2C IE.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/38516/1/Zia%20Farhan%20Afra%20170604085%20FEBI%20IE.pdf)

- Almansur, M. I. R. (2021). *Konsep dasar daya saing*. <https://doi.org/https://www.scribd.com/document/516421840/BAB-II-konsep-dasar-daya-saing>
- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., Setiaji, B., & Dhart, F. Y. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. [https://eprints.uniska-bjm.ac.id/19327/1/Book Chapter 2024 Metode Penelitian Kuantitatif.pdf](https://eprints.uniska-bjm.ac.id/19327/1/Book%20Chapter%202024%20Metode%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf)
- Andita, K. P. (2025). *Inovasi Dan Digitalisasi Sebagai Kunci Daya Saing Umkm Indonesia Di Pasar Global Innovation and Digitalization as the Key to the Competitiveness of Indonesian MSMEs in the Global Market*. 2(2), 2071–2074.
- Anggraini, D., Prasetya, M. D., & Rahmaini, P. (2025). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA SAING UMKM DI ERA DIGITAL*. 2(1), 132–147.
- Anshari, M. I., & Manjaleni, R. (2024). *Pengaruh Digitalisasi Terhadap Efisiensi dan Efektivitas Proses Akuntansi Pada Koperasi Pesantren*. 5(1), 51–58. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v5i1.2036>
- Anwardin, K., Saufi, A., Athar, H. S., & Mataram, U. (2021). *Pengaruh Daya Saing , Harga , dan Kualitas Pelayanan terhadap Keberlangsungan Usaha*. 2(1), 2–6. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i1.29>
- Armadani, L. D., & Ali, H. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk , Sumber Daya Manusia dan Budaya Kerja terhadap Strategi Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. 2(3), 124–136.
- Ashadi, N. R. (2025). *Pengembangan Sistem Kasir Berbasis Digital Untuk Mempermudah Transaksi Penjualan di Warung*. 3.
- Asrah, B., Sima, D., Lubis, H. S., & Tarisa, C. (2024). *Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras , Kecamatan Air Putih , Kabupaten Batubara*. 7(September).
- Astiti, N. P. Y., & Putr, K. B. W. (2025). *OPERASIONAL MELALUI DIGITALISASI DI NINETIES*. 4, 63–70.
- Astuti, D., & Rosita, R. (2024). *Pentingnya Transformasi Digital UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia Politeknik LP3I Jakarta , Indonesia Transformasi digital sangat penting untuk keberhasilan berkelanjutan UMKM di toko online dapat menjangkau audiens yang lebih luas di luar lokasi*. *Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 120.

file:///C:/Users/USER/Downloads/SAMMAJIVA+-
+VOLUME.+2,+NOMOR.+4,+TAHUN+2024+HAL+119-134.pdf

- Ayesha, I., Amaliyah, I. W. A. P. S. H., Yusnanto, N. I. E. T., Firdaus, N. D. M. S. D. R. D. U. A., Fitriana, M. M., & Egim, N. A. S. (2022). *Digital Marking (Tinjauan Konseptual)*.
- Choiri, A. R., Ariescy, R. R., Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2024). *ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT PELANGGAN*. 9(204), 3742–3751.
- Christanti, S. A. (2022). *Analisis Porter ' s five force s pada PT . Multidaya Lokasakti Mandiri*. 6, 4565.
- Daris. (2025). *Inovasi dan produktivitas : faktor penentu daya saing umkm di era globalisasi*. 3, 232–240.
- Diana, B. A., & Sari, J. A. (2024). *Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan*. 9(2), 88–96.
- Evangeulista, G., Agustin, A., Pramana, G., Putra, E., Pramesti, T., Madiistriyatno, H., Manajemen, M. M., Jakarta, U. P., Manajemen, D. M., & Jakarta, U. P. (1979). *Strategi umkm dalam menghadapi digitalisasi*. 16, 38.
- Fadhilah, N., Hasibuan, A., Harahap, D. N., Syariah, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Negeri, U. I., Utara, S., Estate, M., & Serdang, K. D. (2023). *Memperkuat posisi daya saing perusahaan*. 1(1), 79–85.
- Fahmi, S., Faizal, A., Awaluddin, M., Islam, U., Alauddin, N., & Komparatif, K. (2024). *Analisis keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif dalam strategi bisnis*. 28(12), 147–153.
- Farhatin, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Bahan Baku , Proses Produksi , Dan Pengendalian Kualitas Terhadap Tingkat Keberhasilan Produksi UMKM Elly Bakery Kecamatan Maesan Kabupaten Bondowoso*. 02(01), 1–13.
- Faturrahman. (2025). *Pengembangan UMKM Berbasis Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal*. 3(3), 990–1008.
- Febriana, A. I., S, A. E., & Harimurti, F. (2025). *Studi Literatur : Penerapan QRIS Sebagai Payment Gateway dalam Mendukung Efisiensi Sistem Informasi Akuntansi pada UMKM*. 4, 73–88.
- Grafika, C. (2023). *ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING*. 2, 1970–1978.
- Hamzah, M., Yasin, A., Azis, M., Khairuddin, I., & Anam, S. (2025). *Digitalisasi*

Ekonomi : Peranan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. 235.

- Harmawan Teguh Saputra¹, Ferda Maryatul Rif'ah², B. A. 3. (2023). *Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing umkm.* I, 29–37.
- Harry Setya Hadi, S.Kom, M. K. (2025). *INTERNET OF THING(IOT) : PRINSIP DAN IMPLEMENTASINYA.*
[https://doi.org/https://repo.unespadang.ac.id/id/eprint/497/1/INTERNET%20OF%20THING\(IOT\)%20PRINSIP%20DAN%20IMPLEMENTASINYA.pdf](https://doi.org/https://repo.unespadang.ac.id/id/eprint/497/1/INTERNET%20OF%20THING(IOT)%20PRINSIP%20DAN%20IMPLEMENTASINYA.pdf)
- Hasan, N. N., Maulana, F., Wiguna, A. P., & Iqbal, O. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Efisiensi Operasional UMKM.* 285–291.
- Hasaniyah, A., Wahyuni, U., & Habibi, N. S. (2025). Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital Umkm Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 8, 952–961.
<https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i1.41725>
- Hati, S. K., & Aryati, V. (2022). *PENELITIAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA.* 1, 94–102.
- Ibrahim, R. O., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2024). *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS P-ISSN 2620-9551 JAMBURA : Vol 7 . No 1 . Mei 2024 Website Jurnal : http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB Pengaruh Inovasi Produk Dan Pemanfaatan Marketplace Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM Di Kota Gorontalo JAMBU.* 7(1), 326.
- Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Augustin, M., Amaral, L., & Setiono, D. (n.d.). *Digital Marketing.*
- Imaa, S. S., Umar, Z. A., & Kango, U. (2024). *Analisis Bauran Pemasaran Dan Kualitas Kepuasan Konsumen Pada Wed Cafe Banggai Pelayanan Terhadap.* 7(1), 118–129.
- Innuddin, M., Rachman, D. F., Fathoni, A., & Hadi, S. (2023). 5 1,2,3. 1(3).
- Irianto, D. O., Hergastyasmawan, A., Korip, Z. M., Claresta, F., & Gracyella, I. (2025). *Optimalisasi Strategi Pemasaran dan Penjualan Digital pada UMKM Pia Nazwa Samarinda.* 02(02), 228.
- Julianto, M. S., & Waskito, I. (2025). *Analisis Pengaruh Digitalisasi Terhadap Efisiensi Operasional UMKM di Kota Mataram.* 5, 9380–9392.
- Kidi, O., & Sos, S. (2024). *TEKNOLOGI DAN AKTIVITAS DALAM KEHIDUPAN MANUSIA.*

- Kunci, K. (2025). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UMKM KULINER DI ERA MEDIA SOSIAL*. 5(5), 161–170. <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i5.2058>
- Kurniawan, A., Rahayu, A., Wibowo, L. A., & Indonesia, U. P. (2021). *PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL*. 10(2).
- Kurniawati, E., & Rindrayani, S. R. (2025). *Pendekatan Kuantitatif dengan Penelitian Survei : Studi Kasus dan Implikasinya*.
- Lestari, A. (n.d.). *Digitalisasi sebagai kebudayaan baru terhadap pembangunan pedesaan 1) 1*. 1–9.
- Limaya, U., Kelurahan, D., Kabupaten, M., Nusi, C., Gobel, L. Van, & Hasan, K. K. (2025). *Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk*. 8(2), 611–622.
- Majid, A., Faizah, E. N., Ekonomi, F., & Lamongan, U. M. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM*. 40(2), 52–55.
- Majid, M. N., & S, J. A. S. Z. (2025). *JUTIN : Jurnal Teknik Industri Terintegrasi Analisis pengaruh kualitas bahan baku dan proses produksi terhadap kualitas produk pada PT . Berkah Anugerah Inti Semesta*. 8(1), 0–6.
- Management, E. (2025). *Tartib: Jurnal of Educational Management*. 4(April), 56–81.
- Mardiah, A., Putri, N. R., & Sono, M. G. (2024). *Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Era Digital*. 5(11), 5464.
- Mashingaidze, M., Phiri, M., Nyatsambo, M., Bomani, M. & Chokera, FMashingaidze, M., Phiri, M., Nyatsambo, M., Bomani, M. & Chokera, F. (2024). *Porter 's Strategies and Firm Competitiveness : The Mediating Role of Market and Technological Innovation*. 2, 401–409.
- Masitoh, G., Rohmah, M., Carolina, D., & Azmiyati, A. (2025). *Tren dan Tantangan Transformasi Digital pada UMKM : Systematic Literatur Review*. 18(2), 470.
- Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2022). *Digital Transformation Strategies*. 57, 339–343.
- Mei, S., & Gea, F. (2023). *Pengaruh Sikap an Budaya Organisasi Terhadap Pelayanan Publik Pada Dinas Perikanan Kota Gunungsili*. 3, 1208–1223.
- Mendrofa, L., Zendrato, B., & Zai, I. (2025). *PENGARUH DIGITALISASI PADA PENINGKATAN DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA*. 02, 100–

108.

- Morisson. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 290. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>
- Muaffa, & R. (2025). *STRATEGI OPTIMALISASI ASPEK OPERASIONAL DALAM BISNIS*. 5(1), 51.
- Mulsyain, Y. E. (2023). *ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA PT. KEPRI POWER SOLUTION PT. KEPRI POWER SOLUTION*.
- Mulyadi, L. (2024). *Strategi Transformasi Digital pada UMKM: Analisis Dampaknya terhadap Keberlanjutan Bisnis dan Keunggulan Bersaing*. 13(2), 56–65.
- Nengsih, T. A. (2023). *Analisis keberadaan umkm di bidang kuliner dalam meningkatkan perekonomian masyarakat kecamatan kuala jambi kabupaten tanjung jabung timur*. 3(3), 282. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i3.564>
- Oktaviani, E., Wasono, A., Prakoso, I., Manajemen, M. M., Jakarta, U. P., Manajemen, D. M., & Jakarta, U. P. (2023). *TRANSFORMASI DIGITAL DAN STRATEGI*. 16, 16–26.
- Pabate, N. (2025). *Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen*. 1(3), 41–48.
- Pratiwi, L. (2021). *Kualitas, Pengaruh Dan, Produk Terhadap, Harga Ud, Pelanggan Di, Adli Sukajadi, Desa*. 125.
- Priyono, B. (2024). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perumda Dharma Jaya Provinsi DKI Jakarta*. 6(1), 1–12.
- Puspitaningtyas, A. W. K. Z. (2025). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. In *Lex Localis - Journal of Local Self Government* (Vol. 23, Nomor S6). <https://doi.org/10.52152/801841>
- Putra. (2021). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Daya Saing Dimediasi Oleh Strategi Pemasaran Home Industry Di Turen Kab. Malang*. 2013, 2. [http://repository.stie-mce.ac.id/1566/%0Ahttp://repository.stie-mce.ac.id/1566/3/3.BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.pdf](http://repository.stie-mce.ac.id/1566/%0Ahttp://repository.stie-mce.ac.id/1566/3/3.BAB%20TINJAUAN%20PUSTAKA.pdf)
- Putra, R. D., Murtadho, M. A., Isnaini, M., Afgani, M. W., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2025). *Design Penelitian Kuantitatif: Pengertian dan Macam-macam Jenisnya Quantitative Research Design : Definition and Types*. 5(3), 191–199.
- Rahma, S. A. (2026). *Digitalisasi Manajemen Operasional sebagai Upaya*

Peningkatan Daya Saing UMKM Batik TIN teknologi digital . UMKM di Indonesia memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional , menjual batik di komunitas , tidak pernah terpikir untuk menjual lewat internet . Penjualan. 32.

Rahmat, & Mustanir, A. (2026). * *Corresponding author Abstrak. 9(1), 82–95.*

Rajagukguk, W., Pascasarjana, P., Kristen, U., Timur, J., Science, M., Database, P., & Base, I. D. (2023). *No Title.*

Rijali, F. A., & Rusdianto, R. Y. (2025). *Jurnal Sinabis. 1, 1312–1318.*

Rizka Zulfikar, Fifian Permata Sari, A. F., Kartika Wandini, Tati Haryati, Sri Jumini, N., Selvi Annisa, Oktavy Budi Kusumawardhani, R. M., & Alexander Indrakusuma Linggi, H. F. (2024). *Dasar-dasar Penelitian Kuantitatif.*
<https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/567988-metode-penelitian-kuantitatif-teori-meto-a0b0560e.pdf>

Rohmah, M. (2024). *digital-marketing-menurut-para-ahli.*
<https://dibimbing.id/blog/detail/manfaat-digital-marketing-menurut-para-ahli-yuk-simak>

Saptarianto, H., Deviani, S., Anah, S. I., Noviyanti, I., Manajemen, P. S., & Belitung, U. B. (2024). *Menghadapi Tantangan Era Digital , Strategi Integrasi Media Sosial , Literasi Digital dan Inovasi Bisnis. 2(3).*

Sari, D. A. (2021). *Faktor- faktor (Dian Anita Sari) Buletin Bisnis & Manajemen. 03(02), 14–25.*

Shafira, S. (2023). *No Title. 15–33.*
[https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1871/8/12.](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1871/8/12)
 UNIKOM_21215244_SYARAH SYAFIRA_BAB II.pdf

Sinaga, R. (2025). *Landasan Filosofis dan Teknologi Digital dalam Memaknai Nilai Pendidikan di Masa Depan. 3(2022).*

Sinambela. (2022). Pengaruh Kekuatan Pesan Instagram @Ganjar_Pranowo Melalui Perilaku Pemilih Terhadap Tingkat Popularitas Ganjar di Kalangan Generasi Z. *Universitas Multimedia Nusantara, 8.5.2017, 2003–2005.*

Sinari, T., Lilianti, E., & Arifin, A. (n.d.). *Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. 67.*

Siregar, M. R., Nasution, L. A., Rasimah, M., & Dalimunthe, B. (2026). *Peran Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kota Medan. 3(November 2025).*

- Siti Asiyah¹, K. R., & Rachmadi². (2022). DIGITALISASI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING PADA PELAKU UMKM GUNA PENINGKATAN PENDAPATAN. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 443. <https://dx.doi.org/10.46576/rjpkkm.v3i2.1866>
- Siti Ramadhani, A. yasifa, & Rizky, R. (2024). *Digitalisasi administrasi di mi* 1. 7(2), 65–74.
- Sriningsih, M., Hatidja, D., Prang, J. D., & Utama, R. K. (2022). *MULTICOLLINEARITY HANDLING USING PRINCIPAL COMPONENTS REFRESSION ON IMPORTED RICE CASE IN NORTH SULAWESI PROVINCE*.
- Sudariana, N., Program, D., Manajemen, S., & Putra, U. N. (2024). *Analisis statistik regresi linier berganda*. 8.
- Supriadi, A. (2021). *ANALISIS METODE TREND MARKETING PADA PT DATA CIPTA NERACA* Adi Supriadi Universitas Pamulang. 11, 1–9.
- Tamaulina Br. Sembiring, SH., M.Hum., P. . (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*. https://doi.org/http://repository.upm.ac.id/4211/1/Buku%20Ajar%20Metodologi%20Penelitian%20%28Teori%20dan%20Praktik%29_removed.pdf
- Tanjung, A. (2025). *TEOLOGI ISLAM SEBAGAI BASIS ETIKA DAN MORAL*. 5, 122–135.
- Tanjung, D. P., Herni, J., Zega, Y., Zai, I. I., Indah, D., Harefa, P., Ekonomi, F., Nias, U., Ekonomi, F., Nias, U., Ekonomi, F., Nias, U., Ekonomi, F., & Nias, U. (2025). *JASA*. 02, 15–22.
- Tarigan. (2025). Peran Inovasi Operasional Berbasis Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak*, 2(2), 187. <https://doi.org/10.61132/jbep.v2i2.1115>
- Teknologi, D. A. N. (n.d.). *MEMBANGUN UMKM BERDAYA SAING*.
- Transcom. (2025). *digital-operations-definition-and-implementation*. https://transcom-com.translate.google/blog/digital-operations-definition-and-implementation?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge&_x_tr_hist=true
- Trianasari, N., Sari, P. K., & Prasetyo, A. (2025). *Peningkatan Kualitas Penelitian di Bidang Kesehatan Melalui Pelatihan Penentuan Teknik Sampling dan Besar Sampel di STFI Bandung*. 5(1). <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i2.1152>
- UNPAS, P. P. P. D. S. F. (2024). *PANDUAN PENULISAN PROPOSAL DAN*

SKRIPSI MAHASISWA. In *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.: Vol. VI* (Nomor 5).

Warren M. Gertzen, Elma van der Lingen, H. S. (2022). *Goals and benefits of digital transformation projects: Insights into project selection criteria.* <https://doi.org/https://sajems.org/index.php/sajems/article/view/4158/2475>

Wowor, B. M. E., Kindangen, P., Pondaag, J., Wowor, B. M. E., Kindangen, P., & Pondaag, J. (2020). *ANALISIS DAYA SAING PRODUK PADA USAHA KECIL MENENGAH THE MANGO MANADO ANALYSIS OF PRODUCT COMPETITIVENESS IN THE MANGO MANADO SMALL AND Jurnal EMBA Vol . 8 No . 4 Oktober 2020 , Hal . 538-548. 8(4), 538–548.*

Sumber Skripsi lain:

Ananda, A. (2022). *No Title.* 7–18.

Chairunnisa, T. (2023). *No Title.* 48–68

Darmajaya. (2022). *METODE PENELITIAN.*

Feronika, Kumenaung, A. G., Siwu, H. F. D., & Ratulangi, U. S. (2024). *No Title.* 24(4), 72–89.

Fikri, S. (2021). *Bab iii metoda penelitian 3.1.*

Kairunissa. (2025). *Bab ii tinjauan pustaka 2.1. 2020, 7*

Kurniawan, aris dwi. (2024). *Bab iii metode penelitian 3.1.* 36–49.
http://repositori.stiamak.ac.id/id/eprint/585/5/BAB_3_-_aris_dwi_kurniawan.pdf

Ladia, Mahathma Rizal Alhadad, D. H. (2025). *Desain penelitian survei.* 2, 1016–1028

Mendrofa. (2026). *Jurnal pendidikan ekonomi.* 121–130.

Mrizal. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN.* 31–40.

Mutmainah, S. (2021). *BAB 2. 2005, 9–30.*

Nurfatimah. (2023). *No Title.* 18–46.

Perbanas. (2021). *No Title.* 6–37.

Sutejo B. (2022). *Tesis%20BAB%202-Repository.*

Wahyuni. (2022). *Bab ii tinjauan pustaka 2.1.* 16–39.

Sumber Website:

Andin, R. M. (2023). *tujuan-digitalisasi-efisiensi-dan-keunggulan-bersaing.*
<https://www.latticeman.com/blog/tujuan-digitalisasi-efisiensi-dan-keunggulan-bersaing>

- Cakrawala. (2024). *digitalisasi-operasional umkm*.
<https://www.cakrawala.ac.id/berita/apa-itu-digitalisasi-umkm-dan-strateginya>
- Dcliq. (2026). *indikator-digital-marketing-pengertian-jenis-dan-contohnya*.
<https://dcliq.co.id/blog/indikator-digital-marketing-pengertian-jenis-dan-contohnya>
- Kompas.com. (2024). *-manfaat-digitalisasi-operasional-bisnis*.
<https://umkm.kompas.com/read/2024/02/29/083000783/umkm-harus-tahu-manfaat-digitalisasi-operasional-bisnis>
- Ocean. (2025). *apa-itu-digitalisasi-umkm-definisi-dan-caranya*.
<https://ocean.bca.co.id/id/artikel/apa-itu-digitalisasi-umkm-definisi-dan-caranya>
- Privy. (2025). *manfaat-digitalisasi-umkm*. <https://privy.id/blog/manfaat-digitalisasi-umkm-2/>
- Sean. (2024). *Operasi Digital*. FanRuan. <https://doi.org/https://www.fanruan-com.translate.goog/en/blog>
- Shafa. (2025). *digital-marketing-menurut-para-ahli*.
<https://wividigital.co.id/digital-marketing-menurut-para-ahli/>
- Untag. (2024). *strategi-pengembangan-umkm-untuk-meningkatkan-daya-saing*.
<https://mm.untag-sby.ac.id/web/beritadetail/strategi-pengembangan-umkm-untuk-meningkatkan-daya-saing.html>