

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Antonny, D. (2021). *Memahami Konsep Strategi Pemasaran yang Tepat*. Retrieved from <https://toffeedev.com/blog/konsep-strategi-pemasaran/>
- Aulia Mutiara Hatia Putri, C. I. (2023). *Jumlah UMKM Capai 8,71 Juta, Bisa Jadi "Tameng" Resesi? 7 Februari* (p. 1). Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230207115843128411724/jumlah-umkm-capai-871-juta-bisa-jadi-tameng-resesi>
- Fauzi, C. B., Mandey, S. L., & Rotinsulu, J. J. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing di Coffee Shop Pulang Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 51. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39392>
- Freddy, Rangkuti. 2014. *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hasibuan, M. S. . (2015). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Bumi Aksara.
- Imam Gunawan, S. M. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mahanani, E. (2021). Telaah Strategi Pemasaran: Upaya Meningkatkan Daya Saing Pasar Bisnis Online Di Masa Pandemi Covid-19 Marketing Strategy Review: Efforts to Increase Competitiveness in the Online Business Market During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan*, 8(2), 26–36. <http://repository.upi-yai.ac.id/5080/%0Ahttp://repository.upi-yai.ac.id/5080/2/ST> No. 506_Cover dan Jurnal JUMPA STIE

YAI_Zaidan%27s OLshop.pdf

- Mubarok, M. S. (n.d.). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Susu Pasteurisasi "Nandi Murni" Koperasi Unit Desa (KUD) Batu*. 2015, 1–10.
- Kotler, Philip, dan Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rahayu, B. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Fak. Peternakan Udayana.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI* (22nd ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, Abdul & Prawironegoro, Darsono. (2015). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rohimah, A. (2019). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1931>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *CV Sah Media, Makassar* (Vol. 3)
- Setiyanto, S. A. P. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 31–39
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susilawati, S., & Sunardi, S. (2021). Peningkatan Daya Saing Dodol Nanas Si-Jank Melalui Strategi Pemasaran Produk. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(2), 93–101. <https://doi.org/10.31869/me.v7i2.2776>
- Toyib mahfud, T. mahfud, Dawamul asma, Budi Winoto, Uswatun Chasanah, Hafifah Sukma Latynina, Husnul Imtihana, Risma Nur Amaliyah, Lilis Fitriyani, Rosma Azkiya Masithoh, Alif Zidan Mubarok, Nafisatul Fitriah, Mat Choirul Amin, Muadib Khasbiya, & Fibrinika Tuta Setiani. (2023). Pentingnya Penggunaan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Era 4.0. *NUansa : Jurnal Penelitian, Pengabdian Dan Kajian Keislaman*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.32699/nuansa.v1i2.22>
- Untari, D., & Handani, S. S. (2022). Endorsement Sebagai Trend Pemasaran

Modern Melalui Media Sosial Pada Akun Instagram Awkarin. *Jurnal Akutansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital*, 2(November), 1–10