

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A., Nugraha, D., dan Farida, I. (2020). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*. 3(1), 45–53.
- Adedapo, A. dan Bamiduro, F. (2020). Product Innovation and Its Effects on Sustainable Competitive Advantage Among 10 Selected Manufacturing Firms in Ibadan Metropolis, Nigeria. *The International Journal of Humanities and Social Studies*. 8(6), 470–484.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of A Brand Name*. New York: Free Press.
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- Alghamdi, A., dan Agag, G. (2024). Competitive Advantage: A longitudinal Analysis of The Roles of Data-Driven Innovation Capabilities, Marketing Agility, and Market Turbulence. *Journal of Business Research*. 150, 456–470.
- Alika, R. (2020). *Redam Lonjakan Harga, Produksi Cabai Ditarget Naik 7% per Tahun*. *Katadata.co.id*.  
<https://katadata.co.id/berita/pertanian/5e9a495cec0f9/redam-lonjakan-harga-produksi-cabai-ditarget-naik-7-per-tahun>
- Aprilia, S.D., dan Hartatri, D.F.S. (2022). Consumer Satisfaction of Chocolate Product and Its Marketing Facilities: Case Study of A MSME Chocolate Factory in Jember. *Pelita Perkebunan*. 38(3), 221-236.
- Astria, Y., Prasetyo, A. P. B., dan Lestari, M. (2021). Digital Marketing: Strategi Promosi Efektif di Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*. 5(1), 12–21.
- Azysyifan, W.O.N., Juharsah, Isalman, Putera, A., dan Putri, P.T. (2024). Analisis Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. (16)2, 38-47.
- Baihaqi, A., dan Huda, M. (2023). Pengaruh Transformasi Digital dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*. 1(7), 120–130.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. 17(1): 99–120.
- Chaffey, D. (2002). *E-business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Chaffey, D., dan Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice (5th ed.)*. Harlow, England: Pearson Education Limited.

- Chakti, G.A. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.Kementerian Pertanian.
- Darma, D. A., Abdussamad, Z. K., dan Rahman, E. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Produk dan Pemasaran Media Sosial terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Kuliner di Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 5(1), 238–250.
- Daya, M., Siagian, Y.M., dan Kurniawati. (2022). Influence Social Media Marketing Activities Against Brand Loyalty Directly or Through Consumer Satisfaction and Brand Equity on The Largest E-Commerce in Indonesia. *Journal of Applied Management*. (20)4, 865-877.
- Dewi, R.M., Setyaningrum I., Ariani M., A.P. Bujangga B., dan Theterissa L. (2023). Transformasi Perilaku Konsumen di Era Digital: Studi dan Implikasi UMKM Sambal Dede Satoe. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*. 10(3), 1789-1795.
- Djaskaputra, A., Pramono, R., dan Kusuma, I. (2021). The Effect of Digital Marketing on Competitive Advantage of MSMEs. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Indonesia*, 9(2), 101–110.
- Drucker, P. F. (1973). *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. Harper and Row.
- Fauziah, R. D., Arisman, A., dan Pauzy, D. M. (2022). The Effect of Product Innovation and Product Quality on Competitive Advantage. *Jurnal Fokus Manajemen*. 2(1), 99–104.
- Feranika, A., Meisak, D., dan Borroek, M. (2023). Pemanfaatan Teknologi Marketing dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 26(2), 397–417.
- Fitria, N., Setiawan, T., dan Azhmy, M. F. (2022). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dengan Kualitas Produk sebagai Moderasi pada UKM Kuliner di Kota Medan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*. 2(3), 170–180.
- Garvin, D. A. (1987). *Competing on The Eight Dimensions of Quality*. Harvard Business Review. 65(6): 101–109.
- Ginting, Y.R.B., dan Heryjanto, A. (2023). The Effect of Price Perception, Product Quality, Service Quality on Consumer Loyalty Mediated by Consumer Satisfaction. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. (4)11, 1181-1195.
- Grand View Research. (2024). *Sauces, Dressings and Condiments Market Size, Share and Trends Report, 2024*. [Retrieved from grandviewresearch.com](https://www.grandviewresearch.com)

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Hajar, I. (2019). *Manajemen Strategik : Konsep Keunggulan Bersaing*. ANDI.
- Hapsari, A., dan Sari, D. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keamanan Pangan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Terapan*, 3(2), 88–97.
- Haryanti, N., Sa'diyah, D.F., Winarto, dan Supriyono. (2022). The Influence of Service Quality and Social Media Marketing on Consumer Satisfaction. *International Journal of Islamic Business and Management Review*. (2)2, 249-260.
- Heidrick dan Struggles. (2009). *The Digital Marketing Frontier: A Report on Asia's Online Advertising Industry*. Heidrick and Struggles International, Inc.
- Indonesia Spice Association (IBAI). (2023). *Indonesia's Spice Export Contribution Reaches USD 469 Million*. [Retrieved from ibai.or.id](https://ibai.or.id)
- Indriani, Asnani, dan Sadimantara, S.M. (2021). Sambal Berbasis Perikanan Seluruh Indonesia. *J. Fish Protech.* (4)2, 114-120.
- Indriyani, S. Yusda, D. D., dan Helmita. (2023). Pengaruh Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek Benua Lampung. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*. 8(1), 59-65.
- Irfani H., Yeni F., dan 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.
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, dan Hasan, H.A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*. (6)2, 212-224.
- Juminawati, S., Syamsulbahri, dan Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran terhadap Daya Saing UKM di Pasar Lokal: Studi pada Industri Kreatif di Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*. (3)1, 1-10.
- Katuuk, I. S., Faidah, A. N., Abidin, M. Z., dan Rifani, A. (2023). Analyzing The Impact of Product Innovation and Digital Marketing on Enhancing Competitive Advantages in Sasirangan Cloth MSMEs. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*. 7(2), 127–138.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*. 57(1): 1–22.
- Kunda, H.S., Rahmawati, C.H.T., dan Kristia. (2022). Price Perception, Product Quality, Brand Ambassadors, and Consumer Loyalty: The Mediation of

- Consumer Satisfaction in Scarlett Cosmetics. *Jurnal Manajemen*. (12)2, 242-256.
- Kurniawan, A., Sari, D. P., dan Nugroho, R. A. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pengembangan UMKM di Era Pandemi. *Jurnal Inovasi Ekonomi*. 6(2), 102–110.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Harlow, England: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K.L., dan Chernev, A. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education.
- Lestari, E.R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. UB Press.
- Lestari, N. D. (2023). The Influence of Brand Equity on Competitive Advantage in Local Food Industries. *Journal of Business and Marketing Research*, 12(1), 56–68.
- Liao, S., Wang, Y., dan Zhang, H. (2024). Digital Platform Capability, Environmental Innovation Quality, and Firms' Competitive Advantage: The Moderating Role of Environmental Uncertainty. *Journal of Business Research*. 268, 112345.
- Manurung, M. (2024). *Analisis Kinerja Perdagangan Cabai Merah*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian.
- Meliana, L., Fadhilah, M., dan Cahyani, P.D. (2025). Analisis Pengaruh Product Quality dan Social Media Marketing terhadap Consumer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Lawoek Coffee Temanggung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*. 5(5), 2627-2642.
- Muis, I., Adhi, T. M., dan Kamalia, R. F. (2023). The Impact of Digital Marketing and Innovation on Marketing Performance is Influenced Through The Development of A Competitive Advantage. *Research Journal of Social Science and Accounting*. 4(2), 123–135.
- Munizua, M., dan Rahman, A. (2024). Do Digital Marketing, Integrated Supply Chain, and Innovation Capability Affect Competitiveness and Creative Industry Performance? *International Journal of Data and Network Science*. 8(1), 23–34.
- Naibaho, N.M., Damanik, N.S., dan Syauqi. A. (2020). Profil Organoleptik Sambal Segar Andaliman (*Zanthoxylum Acanthopodium* DC) dan Batang Kecombrang (*Etlingera Elatior*) Muda. *Journal of Tropical AgriFood*. 2(1), 1-7.

- Nasir, A. (2019). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*. 5(1), 20–25.
- Nursyamsi, J., Sukirman, E., dan Utomo, J. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 3(2), 68–75.
- Pertiwi, N., dan Santoso, A. (2022). Strategi Promosi Digital dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Kuliner. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 4(1), 45–57.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Prasetya, K.H., Sesar, N.A., Azizah, M.N., Syahrul, M., dan Saputri, N. (2024). Sosialisasi Digital Marketing: Mengembangkan Inovasi Produk Sambal Ikan Teri di Era Digital. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. (5)2, 1502-1510.
- Prasetyo, D.S., Fahimatul, U., dan Mustaqim. (2020). Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada Era E-commerce dan Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Balerang*. (2)0–5.
- Pratama, A., dan Lestari, D. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Sains Terapan dan Teknologi*. 2(1), 12–25.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. (2023). *Statistik Konsumsi Pangan*.
- Rachmawati, L., Nuryanti, T., dan Santoso, H. B. (2021). Digital Marketing sebagai Strategi Promosi UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 10(3), 88–95.
- Rahma, C.S., dan Farida, L. (2024). The Influence of Product Quality, Price, Brand Image and Excellent Service on Consumer Satisfaction (Study on Aqua Products in Malang City). *American Journal of Economic and Management Business*. (3)7, 174-187.
- Rahmi, A., Broto, dan B.E., Hanum, F. (2022). The Influence of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction at Rantauprapat Homesmart. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*.(3)5, 674–679.
- Ramadhan, T., dan Farida, E. (2023). Product Innovation for Sustainable Competitive Advantage through Starbucks Coffee Marketing Performance in Malang. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*. 6(1), 78–89.

- Saerang, R.T., Wangke, S.J.C., dan Susilaningsih, E.M.G. (2021). Peran Inovasi Produk dan Orientasi Pasar dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif UMKM (Studi pada Usaha Sambal Roa di Kota Manado). *Jurnal EMBA*. (9)4, 1093-1101.
- Saleh, M., Nugroho, A., dan Putra, R. (2024). The Influence of Digital Marketing, Product Diversity, and Knowledge Sharing on Competitive Advantage with Business Strategy as A Mediation Variable in The Veterinary Clinic Industry in Depok City. *Technium Social Sciences Journal*. 51, 236–244.
- Sanjaya, R., dan Tarigan, K. (2009). *Creative Digital Marketing: Strategi dan Implementasi Pemasaran Digital di Era Modern*. Elex Media Komputindo.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., dan Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing Komunikasi Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Sari, D. S. (2022). Analisis Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Kerajinan Rotan di Kota Medan. *Arbitrase: Journal of Economics and Business*. 4(2), 90–100.
- Sholihah, S. M., Banu, L. S., Nuraini, A., dan Piguno, P. A. (2020). Kajian Perbandingan Analisa Usaha Tani serta Produktivitas Tanaman Cabai Rawit di dalam Polibag dan di Lahan Pekarangan. *Jurnal Ilmiah Respati*. 11(1), 13–22.
- Stanton, W. J. (1978). *Fundamentals of Marketing (6th ed.)*. McGraw-Hill.
- Sugiarti Y., Sari Y., Moch. H. Arbi., dan S. Tanjiro Felix. (2020). *Kiat Sukses UKM Menuju Ekspor*. Universitas Surabaya.
- Swastha, B., dan Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE-Yogyakarta.
- Ungerman, O., Dedkova, J., dan Gurinova, K. (2018). The Impact of Marketing Innovation on The Competitiveness of Enterprises in The Context of Industry 4.0. *Journal of Competitiveness*. 10(2), 132–148.
- Utomo, K.E., Susena, K.C., dan Yustanti, N.V. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Lesehan 123 Jamik Kota Bengkulu. *Journal of Indonesian Management*. (3)3, 343–358.
- Wibowo, A., dan Santoso, H. (2021). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Makanan Olahan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 55–63.
- Wicaksono, B. B., Audinasari, R., dan Mindayani, R. (2023). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM di Era Disrupsi: Suatu Tinjauan dalam Perspektif Ekonomi Makro. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*. 3(3), 160–173.

- Wijaya, A., dan Santoso, B. (2024). The Influence of Product Innovation and Product Quality on Competitive Advantage in Igi Bandar Lampung Eating Houses. *Formosa Journal of Marketing Research*. 3(2), 45–58.
- Wulandari, S., dan Sari, D. M. (2023). Peran Konsistensi Komunikasi Digital terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 11(1), 67–78.
- Yucha, A., dan Rahmawati, S. (2022). Strategi Diferensiasi, Orientasi Pasar dan Persepsi Harga terhadap Keunggulan Bersaing Marketplace ShopeeFood. Fair Value: *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. 5(2), 150–160.
- Yulistianiulsih, D., dan Wijaya T. (2024). The Influence of Price, Product Completeness, and Service Quality on Consumer Satisfaction at Student Cooperative Yogyakarta State University. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*. (7)6, 2704-2706.
- Zamili, N., Harahap, G., dan Siregar, R. S. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Cabe Merah di Pasar Raya MMTC Medan. *Jurnal Ilmiah Pertanian (Jiperta)*. 2(1), 77–86.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*. 52(3): 2–22.