

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2025). *Banyaknya Desa/Kelurahan Menurut Keberadaan Sarana Perdagangan (Desa)*, 2024. (<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/OTQzIzI=/banyaknya-desa-kelurahan-menurut-keberadaan-sarana-perdagangan.html%20diakses%20pukul%2020.33>, Diakses pada 6 Januari 2026).
- Chandra, B. A., & Shauki, E. R. (2024). Evaluasi Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Berdasarkan GRI Framework Pada PT. Bank Syariah Indonesia. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1786–1796.
- Chakti, A. G. (2021). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Creswell, J. W. (2021). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Dahlan, M. (2024). *Toko Kelontong: Pengertian, Jenis, Asal-usul, dan Tips Berbisnis*. (<https://labamu.co.id/article/toko-kelontong-pengertian-jenis-asal-usul-dan-tips-berbisnis/>, Diakses pada 2 November 2025).
- Fatimah, F. N. D. (2021). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Febiati, F. dkk. (2025). Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Elektrikal Mekanikal PT Cipta Lestari Teknik Melalui Analisis Matriks SWOT dan Penetapan Strategi yang Efektif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(7), 70–76.
- Hafizd, M. S. (2023). *Strategi Bauran Pemasaran Pada Martabak Rajawali Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Desa Tambak Kemerakan Krian, Sidoarjo)*. (Skripsi Sarjana, UPN "Veteran" Jawa Timur).
- Halik, A., & Hindami, M. A. H. H. (2025). *Strategi Pemasaran Digital: Pilar Dunia Bisnis Era Modern*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.
- Hamin, D. I., & Pongoliu, Y. I. (2023). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Taulaa. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 418-428.
- Harinie, L. T. dkk. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Badung: CV. Intelektual Manifes Media.
- Haryanto, R. dkk. (2024). *Perilaku Konsumen*. Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Himam, M. K. dkk. (2026). Teknik Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif: Strategi dan Implementasi. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 5(2), 1688-1696.

- Khasna, S. S. U. (2024). *Strategi Bauran Pemasaran Bisnis Digital “Ngiklan Aja” Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. (Skripsi Sarjana, UPN “Veteran” Jawa Timur).
- Lesmana, N. dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Strategy Cita Semesta.
- Madum, M. dkk. (2025). *Metodologi Penelitian*. Pekanbaru: CV Angkasa Media Literasi.
- Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 91–99.
- Maulidiyah, M. R. (2024). *Analisis Penerapan Segmenting, Targetting, dan Positioning Dalam Kesuksesan Usaha Pada Bisnis Franchise Pocong Pancong*. (Skripsi Sarjana, UPN "Veteran" Jawa Timur).
- Mauludin, M. S. dkk. (2022). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123.
- Mazaya, N. N., & Suliswaningsih. (2023). Perancangan UI/UX Aplikasi “Dengerin” Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 12(2), 39–49.
- Meiliya, A., & Kusuma, Y. B. (2025). Penerapan Digitalisasi dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan pada Toko Kelontong FAFA. *Jurnal Sinabis*, 1(2), 388–393.
- Meiliya, A., & Susanti, E. D. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Toko Kelontong di Kecamatan Semampir. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(2), 528–534.
- Moka. (2024). *Marketing Mix 7P: Pengertian, Konsep, Manfaat dan Contohnya. oko Kelontong: Pengertian, Jenis, Asal-usul, dan Tips Berbisnis*. (<https://www.mokapos.com/blog/marketing-mix-7p>, Diakses pada 8 Desember 2025).
- Nugraha, J. P. dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: NEM.
- Nuraini, L. E. dkk. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Toko Kelontong dalam Menghadapi Toko Modern Menggunakan Analisis SWOT di Rimbo Bujang (Studi pada Toko Evan). *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(6), 1181–1187.
- Prasetyo, Y. (2021). Dari Pikulan ke Kelontong: Tionghoa dan Toko Kelontong Yogyakarta 1900 – 1942. *ENTITA: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(1), 63–78.
- Purwanto, A. (2025). *Apakah Maraknya Ritel Modern Mengancam Nasib UMKM?*. (<https://www.kompas.id/artikel/apakah-maraknya-ritel-modern-mengancam-nasib-umkm>, Diakses pada 11 November 2025).
- Putra, T. H. (2023). Toko Kelontong Tradisional dalam Era Teknologi Bisnis

- Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 01–17.
- Qomaruddin, N. (2023). *Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Kedai MS18 Lamongan*. (Skripsi Sarjana, UPN "Veteran" Jawa Timur).
- Ramadhani, R. A., & Rachmi, A. (2025). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Brand Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kapal Api di Toko Tujuh Empat Kota Malang. *Journal of Business Economics and Management*, 2(1), 1548–1558.
- Rodhiah. dkk. (2024). Memahami Karakteristik Perilaku Konsumen pada Era Society 5.0. *Portal Riset dan Inovasi Pengabdian Masyarakat (Prima)*, 3(3), 156–165.
- Salmaa. (2022). *6 Jenis Instrumen Penelitian Kualitatif yang Biasanya Digunakan*. (<https://penerbitdeepublish.com/instrumen-penelitian-kualitatif/>, Diakses pada 20 Desember 2025).
- Sari, M. N. dkk. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif (Konsep & Aplikasi)*. Sumedang: Mega Press Nusantara.
- Setiawan, A., & Daspar. (2025). Analisis SWOT Alfamart. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 21(9), 71–80.
- Siregar, A. M., & Aslami, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(2), 96–103.
- Sitohang, C. dkk. (2025). Analisis SWOT Usaha Pembuatan Tahu sebagai UMKM di Desa Libo Jaya Kandis, Siak. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(3), 3814–3823.
- Sudirjo, F. dkk. (2024). *Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Sugiyanto, A. dkk. (2024). *Perilaku Konsumen 5.0*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi. dkk. (2023). *Kewirausahaan di Era Society 5.0*. Jakarta Selatan: Publica Indonesia Utama.
- Sumaa, S. dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 304–313.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: UIR Press.
- Sutarni. dkk. (2023). *Adopsi Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk*

- Meningkatkan Kinerja UMKM Berbasis Pangan Olahan Di Provinsi Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapa*, 23(3), 442-454.
- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk INDOSAT pada PT X. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 124–134.
- Syahputra. dkk (2023). *Perencanaan Strategi Pemasaran*. Badung: Intelektual Manifes Media.
- Ummah, M. S. dkk. (2024). Analisa SWOT Strategi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Alfamart Boyolali (Studi Kasus Alfamart Jl. Pandanaran No.194, Banaran, Kecamatan Boyolali, Kabupaten Boyolali). *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 12(1), 39–49.
- Widiana, I. W. dkk. (2023). *Validasi Penyusunan Instrumen Penelitian Pendidikan*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Wulandari, F. dkk. (2025). Rivalitas Ritel Modern dan Ritel Tradisional di Kecamatan Kaur Selatan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2), 1435–1457.
- Yatminiwati, M., & Ermawati, E. (2021). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk. *JUMPA Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi*, 14(2), 84–92.
- Yoganata, M. W. (2024). Transformasi E-Business di Era Society 5.0 Mengubah Perilaku Konsumen dan Model Bisnis. *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(2), 54–68.
- Zuniyanto, E. R. N., & Kusumasari, I. R. (2025). Strategi Digitalisasi Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Toko Kelontong Safari di Kota Surabaya. *Jurnal Sinabis*, 1(4), 1156–1162.