

DAFTAR PUSTAKA

- Alviani, D. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Pada UMKM Resto Ayam Desa di 21 Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- ANGGRAENI, N. A. M. (2024). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRANDING PERUSAHAAN CREATIVEVENT. ID* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Arifin, B., Hudalil, A., & Ahruddin, A. (2019). Konsep *digital marketing* berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam strategi pemasaran. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(2), 87-94.
- Arista, C., Sholikhah, A., Saharani, A. E., Rotama, B. A., Brilliantia, A., Falach, M. Z., & Oktavia, I. (2024). Strategi Inovasi dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasi Menthok Bu Roni. *Nusantara Community Empowerment Review*, 2(2), 112-118.
- Bulqis, D. (2018). *Analisis Daya Saing Pedagang Seni Di Pasar Seni Sentral Objek Wisata Siak Dalam Perspektif Ekonomi Syariah* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Cegliński, P. (2016). The concept of competitive advantages. Logic, sources and durability. *Journal of positive management*, 7(3), 57-70.
- Choi, G. W., & Seo, J. (2024). Accessibility, usability, and universal design for learning: Discussion of three key LX/UX elements for inclusive learning design. *TechTrends*, 68(5), 936-9
- Dodia, Krisha. (2024). The Impact of Social Media Verification on Brand Credibility. *Mad About Marketing*. Diakses pada 3 Juli 2025. [Social Media Verification on Brand Credibility](#)
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S. R. I., Honesti, L., Wahyuni, S. R. I., Mouw, E., ... & Ambarwati, K. (2022). Metodologi penelitian kualitatif. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin (Issue March)*. Surabaya: PT. Pustaka Pelajar.
- Greatnusa. Digital Marketing Channel: Pengertian, Jenis, dan Contohnya. Diakses pada 11 Juli 2025. [Digital Marketing Channel: Pengertian, Jenis, dan Contohnya - GreatNusa](#)

Hani, F. V. (2024). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Uncletees* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).

Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). Strategi pemasaran: Konsep, teori dan implementasi.

Hariani, D. (2024). PERKEMBANGAN AGEN PERJALANAN WISATA HALAL INDONESIA. *Bogor Hospitality Journal*, 8(1), 88-98.

Kemp, Simon. (2024). Digital 2024 : Indonesia. Data Reportal. Diakses pada 14 April 2025. [Digital 2024: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights](#)

Kirana. I. L. (2024). Simak Perkembangan Pengguna Internet Dunia Selama 10 Tahun Terakhir. Goodstats. Diakses Pada 14 April 2025. [Simak Perkembangan Pengguna Internet Dunia Selama 10 Tahun Terakhir - GoodStats](#)

Mukhlis, I. R., Ratnawita, R., Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, I. N., Akrom, N. K., ... & Riana, N. (2023). *DIGITAL MARKETING STRATEGY: Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Permata, W., Harto, B., dkk (2021) *Creative Digital marketing*. CV. Mitra Mandiri Persada. Surabaya

Peter, M. K., & Dalla Vecchia, M. (2020). The digital marketing toolkit: a literature review for the identification of digital marketing channels and platforms. *New trends in business information systems and technology: Digital innovation and digital business transformation*, 251-265.

Pratiwi. D. A., Saphira. G., Fitri. A. A. (2023) Validitas Data Penelitian Kualitatif.

Ritonga, W. (2022). Manajemen Pemasaran. Lembaga Penerti STIE PBM. Jakarta Timur.

RizkiNaufal, M. *Implementasi Digital marketing Dalam Peningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Pada PT Wahana At-Taqwa Assalam (Wahana Tour Travel) Kota Tangerang Tahun 2023* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109-111

Singh, S., Singh, G., & Dhir, S. (2024). Impact of digital marketing on the competitiveness of the restaurant industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 27(2), 109-137.

Smartsrapers. List of Travel Agency in Indonesia. Diakses pada 11 Mei 2025. [List Of Travel agencies in Indonesia](#)

Sofiah, S. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Madu “9 Ratu Lebah” Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital (Studi Deskriptif pada Produk UMKM Madu “9 Ratu Lebah” di Kendal)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).

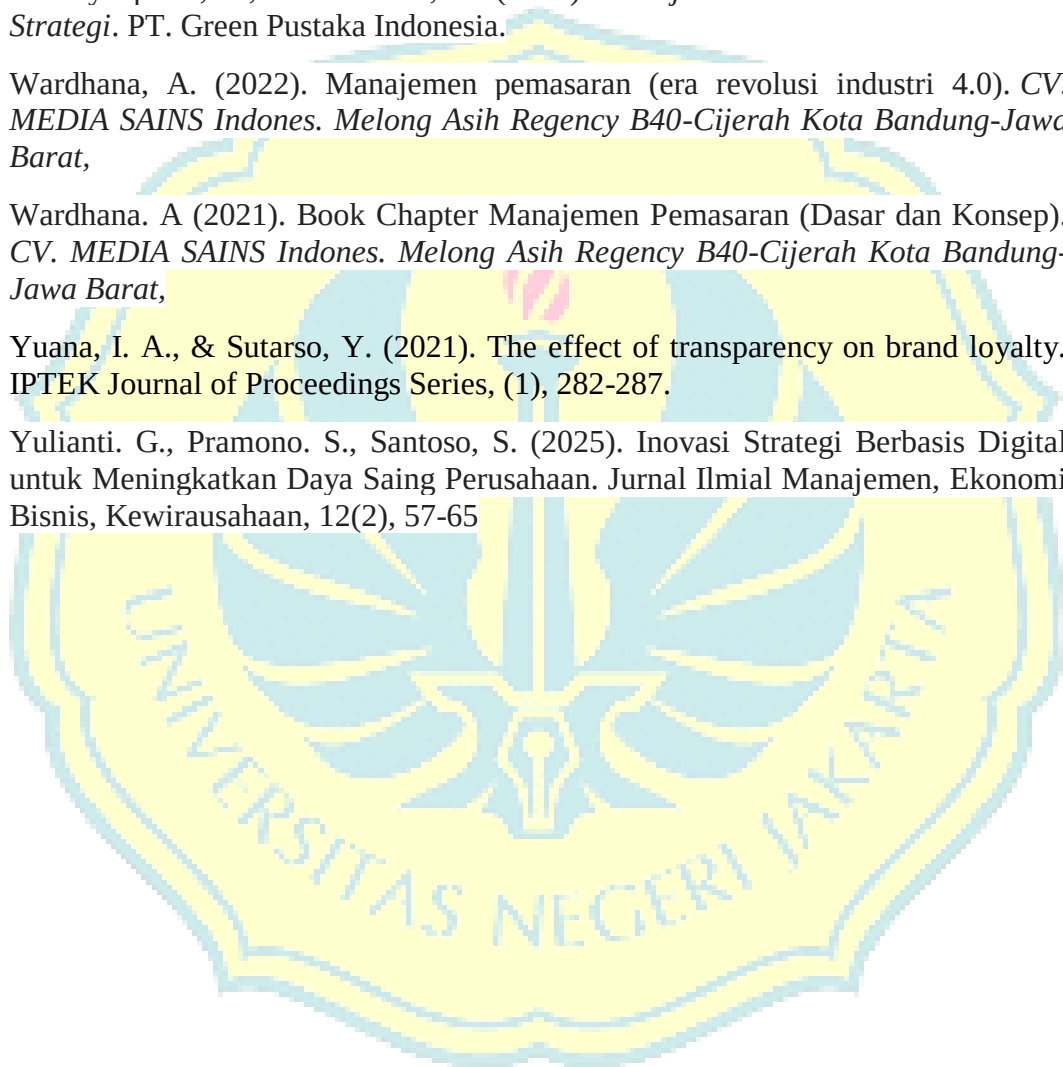
Suprayitno, D., Irmadiani, N. D., Munizu, M., Muchayatin, M., Mawarni, I., Saktisyahputra, S., ... & Erwin, E. (2024). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi*. PT. Green Pustaka Indonesia.

Wardhana, A. (2022). *Manajemen pemasaran (era revolusi industri 4.0)*. CV. MEDIA SAINS Indones. Melong Asih Regency B40-Cijerah Kota Bandung-Jawa Barat,

Wardhana. A (2021). *Book Chapter Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV. MEDIA SAINS Indones. Melong Asih Regency B40-Cijerah Kota Bandung-Jawa Barat,

Yuana, I. A., & Sutarso, Y. (2021). The effect of transparency on brand loyalty. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, (1), 282-287.

Yulianti. G., Pramono. S., Santoso, S. (2025). Inovasi Strategi Berbasis Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Ilmial Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 12(2), 57-65



Intelligentia - Dignitas