

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *JURNAL BRAND, Volume 2 No. 1*, 123-130.
- Andersen, B., & Pettersen, P.-G. (1996). *The Benchmarking Handbook Step-by-step instructions*. London: Chapman & Hall.
- Cangara, H. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Choudhary, N., Gautam, C., & Arya, V. (2020). Digital Marketing Challenge and Opportunity With Reference to TikTok-a New Rising Social Media Platform. *International Journal of Multidisciplinary Educational Research, Vol. 9*, 189-197.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education*. London: Routledge Falmer.
- Court, G., & Lane, G. (2013). *Guidance on Developing Key Performance Indicators and Minimum Data Sets to Monitor Healthcare Quality*. Health Information and Quality Authority.
- Daroin, A. D., Joyoatmojo, S., & Susilaningsih. (2015). Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Handycraft Kayu Jati di Dusun Bandar Desa Batokan Kecamatan Kaisman Kabupaten Bojonegoro. Thesis Program Pascasarjana Magister Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret: Tidak diterbitkan.
- Djufri, M. (2020). Penerapan Teknik Web Scraping Untuk Penggalan Potensi Pajak. *Jurnal BPPK, Vol. 13, No. 2*, 65-75.
- Falatehan, A. a. (2016). *Analytical Hierarchy Process (AHP) Untuk Pembangunan Daerah* (1 ed.). Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Febryantahanuji. (2017). Pemanfaatan Website Sebagai Media Promosi dan Meningkatkan Peserta Didik Pada (MA) Madrasah Aliyah Ibrohimiyyah Demak. *Jurnal Nusamba, Vol. 2, No. 2*, 142-148.
- Firmansyah, A. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Gaspersz, V. (1997). *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Irrubai, M. L. (2015). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi, Vol. 13*, 15-30.
- Karlof, B., & Ostblom, S. (1993). *Benchmarking: a Signpost To Excellent In Quality and Productivity*. New York: John Wiley & Sons.
- Kelessidis, D. V. (2000). *Benchmarking*. Innoregio.

- KEMENKOP. (2019). *Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia*. Retrieved May 18, 2021, from <https://kemenkopukm.go.id/read/kemenkop-dan-ukm-targetkan-peningkatan-kontribusi-umkm-terhadap-pdb-dan-ekspor>
- Kinanti, W. A., & Nurhasanah, N. (2019). Usulan Perancangan Key Performance Indicator (KPI) dengan Konsep Green HRM menggunakan Perspektif Performance Prism dan Metode AHP pada Waris Cafe. *Jurnal Al-Azhar Seri Sains dan Teknologi, Vol. 5, No.2*, 70-78.
- Kotler, P. (2007). *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Englands: Pearson Education Limited.
- Marie, J. B., & Pillet, M. (2008). Benchmarking : Methods and tools for SME . *International Journal*.
- Nurhayati, T. (2013). Peran Struktur Organisasi dan Sistem Remunerasi Dalam Meningkatkan Kinerja. *EKOBIS, Vol. 14, No.2*, 1-16.
- Padmowati, R. d. (2009). Pengukuran Index Konsistensi Dalam Proses Pengambilan Keputusan Menggunakan Metode AHP. *Seminar Nasional Informatika*, 80-84.
- Pamuji, G. M. (2016). *Modul Paket Keahlian Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Menengah Kejuruan*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Parmenter, D. (2015). *Key Performance Indicators Developing, Implementing, and Using Winning KPIs* (3th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Pashootanizadeh, M., & Khalilian, S. (2018). Application of the AIDE model Measurign the effectiveness of television programs in encouragin teenagers to use public libraries. *Emerald Publishing Limited, 119*, 635-651.
- Permana, A. E., Reyhan, A. M., Rafli, H., & Rakhmawati, N. A. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo, Vol. 15*, 32-37.
- Pradiatiningtyas, D. (2021). Konsep Augmented Reality dan Mobile Marketing Sebagai Usaha Pengembangan Pariwisata Yogyakarta di Era Pandemi Covid-19. *Pariwisata, Vol. 8, No. 1*, 73-79.
- Putri, A. S., & Zakaria, R. (2020). Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital. *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC*, 1-14.
- Qashlim, A. (2015). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Untuk Sistem Pendukung Keputusan. *Jurnal Ilmu Komputer, Vol. 1, No. 1*, 8-14.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2007). *Manajemen*. Jakarta: Indeks.
- Saaty, T. L. (1993). *Pengambilan Keputusan Bagi Oara Oemimpin, Proses Hirarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi yang Kompleks*. Pustaka Binama Pressindo.

- Saaty, T. L. (2008). Decision Making with the Analytical Hierarchy Process. *International Journal Services Sciences, Vol. 1, No. 1*, 83-98.
- Salma, A. N. (2017). Pengaruh Sponsorship Dalam Meningkatkan Brand Awareness . *Interdisciplinary Journal Of Communication, Vol. 2, No. 1*, 1-26.
- Santoso, R. (2020). Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic Covid-19 in Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan, Vol. 5, No. 2*, 36-48.
- Setiawan, N. J., & Bernadus, D. (2018). Pengaruh Faktor-faktor Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Forte. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Volume 3, Nomor 3*, 372-381.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2004). Packaging and purchase decision An exploratory study on the impact of involvement level and time pressure. *British Food Journal, Vol. 106, No. 8*, 607-628.
- Sucipta, I. N., Suariasih, K., & Kencana, P. K. (2016). *Pengemasan Pangan Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien* (1 ed.). Denpasar: Udayana University Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukunesa, S. (2020). Internationalization Via Instagram: An Exploratory Study of Small and Medium Eterprises. *Contemporary Management Research, Vol. 16, No. 2*, 77-121.
- Suryadi, K., & Ramdhani, M. A. (1998). *Sistem Pendukung Keputusan Suatu Wacana Struktural Idealisasi dan Implementasi Konsep Pengambilan Keputusan*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Syarief, F. (2020). *Pengembangan dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Makassar: Yayasan Barcode.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2002). *Total Quality Management* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Wangi, L. P., & Andarini, S. (2021). Pengaruh *Flash sale* dan *Cashback* Terhadap Perilaku Impluse Buying Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen, Vol. 5, No. 1*, 79-91.
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing On The Social Web*. California: O'Reilly.
- Wibowo, B. S., & Haryokusumo, D. (2020). Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-commerce, Sosial Media Instagram dan Digital Marketing terhadap keputusan Instan Online Buying KOnsumen Generasi millennial. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol. 3, No. 2*, 87-99.