

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Ahmad, S., Harris, T., Limb, E., Kerry, S., Victor, C., Ekelund, U., Iliffe, S., Whincup, P., Beighton, C., Ussher, M., & Cook, D. G. (2015). *Evaluation of reliability and validity of the General Practice Physical Activity Questionnaire (GPPAQ) in 60-74 year old primary care patients Service organization, utilization, and delivery of care*. BMC Family Practice, 16(1).
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Andi, Novita, Dara Sari (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Penggunaan E-Filing Pada Kpop Pratama Serang*.
- Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya, & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Arikunto, S (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aufar, Arizali. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM (Survei Pada Perusahaan Rekanan PT. PLN (Persero) di Kota Bandung), *Skripsi*. Bandung: Universitas Widyatama.
- Awwad, M. S. & Agti, D. A. M. (2011). *The impact of internal marketing on commercial bank's market orientation*. International Journal of Bank Marketing, 29(4), pp. 308- 332.
- Bahri, Syaiful. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis-Lengkap dengan Teknik pengelolaan data SPSS*. ANDI (Anggota IKAPI). Yogyakarta.
- Becky, Bicks. (2016). *All You Need to Know About Content Marketing vs Traditional Marketing*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (6th ed.)*. Pearson.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *Emarketing Excellence. Planning and optimizing your digital marketing*. Abingdon: Routledge.
- Chan, Arianis, & Astari, Dwi. (2016). *The Analysis Of Content Marketing In Online Fashion Shops In Indonesia*. Universitas Padjajaran.
- Danang, Sunyoto. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center fo Academic Publishing Service.
- Dengan Program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar The Influence Of Product Promotion Through Social Media Instagram Towards Purchasing Decision In Saka Bistro & Bar, *Skripsi*. Bandung: Universitas Telkom.
- Fandy, Tjiptono, Ph. D. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, I. dan Fuad, (2005). *Structural Equation Modelling, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hajar, S., & Sukaatmadja, I. (2016). *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran*. *E-Jurnal Manajemen*, 5(10).
- Heppy Agustiana. (2020). Implementasi Digital Marketing Dan Keunggulan Bersaing Untuk Mendukung Keberhasilan Umkm Di Kota Bandung. *JRAK. Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*. 6(2), 89-99.
- Holliman, & Rowley. (2014). *Improving Content Marketing Processes With The Approaches By Artificial Intelligence*. Ecoforum, 06.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Katadata.co.id. (2020). *Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Diambil tanggal 20 Juni 2020, dari <https://katadata.co.id/umkm>, diakses 18 Mei 2021.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., G. Amstrong. (2014). *Principles of Marketing, 15<sup>th</sup> edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Keller, (2016): *Marketing Management, 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Lukmandaru, G., & Istoto, Y. E. B. (2016). *Kewirausahaan Hasil Hutan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press Anggota IKAPI  
McGraw Hill.
- Mileva, L., & Fauzi, A. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks*. *Administrasi Bisnis*, 58(1), 190–199.

- Oktapriani, R., Muniroh, L., & Eldine, A. (2020). Pengaruh Promosi dan Online Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi kasus pada UMKM Tas Desa Bojong Rangkas, Kabupaten Bogor). *PROSIDING LPPM UIKA BOGOR*.
- Pamudi, B. S. & Suyono, S. (2019). “*Digital Marketing As An Integrated Marketing Communication Strategy In Badan Usaha Milik Desa (Bumdesa) In East Java*”. *Competence Journal of Manajement Studies*, Vol. 13, No. 2.
- Pondaag, T. O. & Soegoto, A. S. (2016). Evaluasi Strategi Promosi Dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pt. Astragraphia, Tbk Cabang Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. Vol. 4, No 2.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (ANDI).
- Putri, Siti A.R. (2017). Pengaruh Segmentation Dan Targeting Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Melalui Positioning Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Umkm Anggota Saung Bandung), *Skripsi*. Bandung: Universitas Telkom.
- Ramadhan, A., & Gunarto, M. (2021). “Analysis of digital marketing strategies in the era of the COVID-19 pandemic in private higher education” *11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, EOM 2021 : 5674-5684, 2021.
- Rancati, E., & Gordini, N. (2014). Content Marketing Metrics: Theoretical Aspects And Empirical Evidence. *European Scientific Journal, ESJ*, 10(34).
- Rinandiyana, L. R. et al., (2016). Strategi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Pengembangan, Desain, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Industri Pakaian Muslim Di Kota Tasikmalaya)”. *Jurnal Manajemen 2*. (2). 105 – 113
- Rohaeni, Heni. (2016). *Model Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai*
- Sari, Y. & Gultom, A.W. (2020). Marketing Strategy In Effort To Increase Competitive Advantage In Small And Medium Enterprises. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*. Vol. 6, No.2.
- Savitri, Astrid. (2016). *Tanaman Ajaib Basmi Penyakit Dengan TOGA (Tanaman Obat Keluarga)*. Depok: Bibit Publisher.
- Scarborough, Norman., Wilson, Doug., Zimmerer, Thomas. (2008). *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba empat
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: IN MEDIA.
- Siregar. Syofian. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*. Jakarta: Kencana.

- Sugiyarti, Gita, dan Aris Mardiyono. (2017). *“Strategi pemasaran dalam meningkatkan keunggulan bersaing produk busana muslim pada usaha kecil menengah di kota semarang.” Dalam Seminar Nasional dan Call for Papers 2017*. Semarang: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Untag Semarang.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta : CAPS (Center Of Academic Publishing Service)
- Syarifah, A. (2016). Pengaruh Media Sosial dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing pada Butik Socialiteroom Medan,*Skripsi*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari’ah.
- Yaghtin, S., Safarzadeh, H. and Karimi Zand, M. (2020), *"Planning a goal-oriented B2B content marketing strategy"*, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 38 No. 7, pp. 1007-1020.
- Yasa, N.N., Giantari, I.G., Setini, M., & Rahmayanti, P.L. (2020). *The role of competitive advantage in mediating the effect of promotional strategy on marketing performance*. *Management Science Letters*, 10, 2845-2848.
- Zikmund, William G, dan Babin, Barry J. (2013). *Essential of Marketing Research - 5/E. China, 2Asia: South-Western Cengage Learning*.