

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. I. CV. syakir Media Press, 2021.
- Abu Bakar, Rifa'i. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Cetakan I. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Ahmad Budi Sulistio. "BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS." *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding* (2019): 1–16.
<https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>.
- Alviani, Delia. "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)" (2021): 1–104.
- Apriliyanto, Nikmatul Lailiyah; Afifatus Sholikhah; Syarifah Nadia; Maulida Nikmatul A.; Marsela Intan N.; M. Jefri. "Perluasan Pasar Dan Strategi Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Takoyaki" 2, no. 2 (2024): 126–132.
- Arifah Qurotul Aini Nur Salsabila, Latifah Eka Febriyanti, Misbah Fturrahman Bataiv, and Mukie Ardy Budiarti. "Peran Vital Desain Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Dan Mendukung Pertumbuhan UMKM" (2024): 74–79.
<http://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/3546/2409>.
- Arwildayanto dkk. *Manajemen Daya Saing Perguruan Tinggi*. Cetakan Pe. Bandung: Cendekia Press, 2020.

- Asisten Deputi Pengembangan Teknologi Informasi Dan Inkubasi Usaha.
 “LAPORAN KEGIATAN ROADSHOW DIGITALISASI KOPERASI DAN
 UMKM 2024,” no. September (2024): 3–4.
- Astuti, Ismadiyanti Purwaning, and Bayu Wijaya Kusuma. “Branding Produk
 UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Dan Nilai Jual.” *Abdimasku :
 Jurnal Pengabdian Masyarakat* 7, no. 1 (2024): 303.
- Berutu, Ali Geno. “Metodologi Penelitian Noeng Muhajir,” no. December (2019):
 5.
https://www.researchgate.net/publication/337656138_METODOLOGI_PENELITIAN_NOENG_MUHAJIR.
- Darsana, I Made dkk. *Strategi Pemasaran. Intelektual Manifes Media*. Bandung:
 Intelektual Manifes Media, 2023.
- Diskominfo Kota Kediri. “Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Kota Kediri Mencapai
 16,65%, Kepala Disperdagin: Optimis Akan Terus Bertambah.” Last modified
 2022. <https://diskominfo.kedirikota.go.id/information/news/787>.
- Feny Rita Fiantika et all. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi
 Penelitian Kualitatif. PT. Global Eksekutif Teknologi*. I. Padang: PT.
 GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022.
<https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>.
- Firmansyah, Muhammad Anang. *Komunikasi Pemasaran. CV. Penerbit Qiara
 Media*. Cetakan I. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2020.
- Haque-fawzi, Marissa Grace, ahmad syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya,
 Denok Sumarsi, and I. *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori Dan*

- Implementasi*. Pascal Books, 2022. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>.
- Hardani dkk. *Buku Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Revista Brasileira de Linguística Aplicada. Cetakan I. Vol. 5. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Iin Mayasari, dkk. *Branding (Konsep Dan Studi Merek Lokal)*. Jakarta: Universitas Paramadina, 2020.
- Institute for Development of Economics and Finance (INDEF). “Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan Umkm Di Indonesia” (2024): 1–47.
- Islami, Putri Bela, Edwin Rizal, and Mulyana Slamet. “Strategi Pengembangan Brand Identity Dalam Industri Fashion Brand HIRKA Shoes.” *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan* 12, no. 2 (2024): 505–518.
- Kementerian Keuangan RI. “Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Indonesia.” Last modified 2023. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikapang/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*. 2nd, Cetakan ed. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2020.
- Kurniasih, Dewi, Yudi Rusfiana, Agus Subagyo, and Rira Nuradhawati. *Teknik Analisa*. Alfabeta Bandung. Bandung: CV Alfabeta, 2021. www.cvalfabeta.com.
- Kusuma, Aditya Halim Perdana, Acai Sudirman, Agung Purnomo, Siti Aisyah, Syafrida Hafni Sahir, Astri Rumondang Salmiah, Fitria Halim, Alexander Wirapraja Darmawan Napitupulu, and Janner Simarmata. *Brand Management: Esensi, Posisi Dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.

- Ladiku, Anggi Tirta. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) (Studi Kasus Pada Usaha Telur Ayam Kampung Salma Di Manado)” (2021): 1–78.
- Legionosuko, Tr. *Analisis Adaptif, Dinamisasi Metode Analisis Swot*. Bogor: Universitas Pertahanan, 2020. www.idu.ac.id.
- Lukito, Wahyu. “Peningkatan Daya Saing Umkm Minuman Olahan Kopi Melalui Strategi Branding (Studi Kasus: Laskar Kopi Arjasari).” *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual* 10, no. 1 (2021): 18.
- Mahfudz, Akhmad. “STRATEGI BRANDING DALAM MEMBANGUN CITRA TPA PERCONTOHAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (Studi Deskriptif Kualitatif TPA Anwar Rasyid Gondokusuman Kota Yogyakarta)” (2020): 119. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/44097/>.
- Mohamad, Rifki, and Idris Yanto Niode. “Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo.” *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis* 13, no. 1 (2020): 1–14.
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Murhadi, Werner R. *Manajemen Strategi*. Cetakan I. Surabaya: Direktorat Penerbitan dan Publikasi Ilmiah Universitas Surabaya, 2024.
- Nazhif, Muhammad Naufal, and Isna Nugraha. “Branding Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ecoprint Andin Collection.” *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 7, no. 1 (2023): 261.
- Nugroho, Irfan. “Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya

- Saing Brem Mekarsari Wonogiri” (2023): 1–88.
http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/23128%0Ahttp://etheses.iainponorogo.ac.id/23128/1/401190086_IRFAN_NUGROHO_EKONOMI_SYARIAH.pdf.
- Panjalu, Jatiro Feshago, RR. Siti Muslikhah, and Tri Lestari Wahyuning Utami. “Pemasaran Digital Untuk Branding Dalam Pengembangan UMKM Di Indonesia.” *Jurnal Informatika Komputer, Bisnis dan Manajemen* 22, no. 1 (2024): 69–79.
- Parawansa, Dian Anggraece Sigit. *Strategi Branding*. Cetakan 1. Solok, Sumatera Barat: PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA, 2024.
- Paroli. *Manajemen Strategi*. Aksara Global Akademia. Garut, Jawa Barat: Aksara Global Akademia, 2023.
- . *Struktur Dan Perilaku Organisasi*. Garut, Jawa Barat: Aksara Global Akademia, 2023.
- Pemerintah Kota Kediri. “Beri Bekal Kewirausahaan, Bunda Fey Buka Pelatihan Pembuatan Buket.” Last modified 2023.
<https://www.kedirikota.go.id/p/berita/10112064/beri-bekal-kewirausahaan-bunda-fey-buka-pelatihan-pembuatan-buket>.
- Putu, Krisna, and Nuratama Putu. *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*. Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang. I. Gowa: CV Cahaya Bintang Cemerlang, 2021.
- Rayhaniah, Sri Ayu. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2022.
http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/12109/06bab2_Ab

dallah_10090312206_skr_2016.pdf?sequence=6&isAllowed=y#:~:text=Menurut Kotler dan Keller (2012,dan merek yang mereka jual.

Rio Nardo, dkk. *Branding Strategy Di Era Digital*. Purbalingga: CV. EUREKA MEDIA AKSARA, 2024.

Safitri, Ika Septi. “Strategi Branding Pada Pelipur Kopi Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen.” *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* VIII, no. I (2023): 1–113. http://eprints.iain-surakarta.ac.id/8951/1/FullTeks_191211121.pdf.

Saifulloh, Muhammad. “Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan.” *Jurnal Pustaka Dianmas* 1, no. 1 (2021): 28–33. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>.

Sitorus, Sunday Ade, and Et. Al. *Brand Marketing: The Art of Branding*. Cv. Media Sains Indonesia. Bandung, 2020.

Suhartono, Bambang dkk. *Manajemen Pemasaran Yang Terintegrasi*. Medan: PT Media Penerbit Indonesia, 2024.

Suhayati, Monika. “Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.” *Info Singkat Kajian Singkat terhadap Isu Aktual dan Strategis* 15, no. II (2023): 16–20.

Sulistiyani, Sulistiyani, Aditya Pratama, and Setiyanto Setiyanto. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 3, no. 2 (2020): 31.

Swasty, Wirania. *Branding: Memahami Dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.

Taryana, Ade, and Dhaneswari Retnowardhani. “Peran Integrated Marketing

Communication Pada Perusahaan Media (Di Menara62.Com – Media Dakwah Muhammadiyah).” *Jurnal Penelitian Inovatif* 3, no. 2 (2023): 277–282.

Taufik, Andini. “Strategi Pengembangan Citra Merek Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Tuuk Tea Di Palopo” (2022).
<http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/5357/1/>.

Wawancara dengan Eka (Pelanggan UMKM Nusantara.id), Sabtu, 1 Februari 2025

Wawancara dengan Fara (Tim Marketing UMKM Nusantara.id), Jum’at, 31 Januari 2025

Wawancara dengan Sekar (Pemilik UMKM Nusantara.id), Jum’at, 24 Januari 2025

Yusuf. “Kenaikan Jumlah UMKM Go Online Jadi Hasil Konkret Pembahasan Transformasi Digital Di KTT G20.” *Kemenerian Komunikasi Dan Informatika RI*. Last modified 2022.
https://www.kominfo.go.id/content/detail/45636/kenaikan-jumlah-umkm-go-online-jadi-hasil-konkret-pembahasan-transformasi-digital-di-ktt-g20/0/berita_satker#:~:text=Secara kumulatif%2C Dedy Permadi menyatakan,digital untuk pengembangan ekonomi mereka.