

DAFTAR PUSTAKA

- Adria, A., Diman, B., & Fujari, I. (2025). Analisis digital marketing menggunakan metode mix 4C pada UMKM Kasab Aceh di wilayah Gampong Parom Kabupaten Nagan Raya. *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Afifah, N., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh gaya hidup dan penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif. *YUME: Journal of Management*, 5(2).
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Cet. ke-14). Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran*. Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2021). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Rajawali Pers.
- Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung. (2026, February 5). Sinergi BAZNAS, pemerintah, dan kampus untuk wujudkan UMKM mandiri dan berkelanjutan. <https://kabtulungagung.baznas.go.id/berita/news-show/sinergi-baznas-pemerintah-dan-kampus-untuk-wujudkan-umkm-mandiri-dan-berkelanjutan/20166>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. (2026, February 5). Perkembangan UMKM di Kabupaten Tulungagung 2018–2022. <https://tulungagungkab.bps.go.id/id/statistics-table/1/NTUxMyMx/perkembangan-umkm-di-kabupaten-tulungagung-2018-2022.html>
- Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. (2017). Understanding service convenience. *Journal of Marketing*, 66(3), 1–17.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing* (8th ed.). Pearson.
- Chang, K. C., et al. (2017). The effect of service convenience on post-purchasing behaviour. *Industrial Management & Data Systems*, 110(9), 1420–1443.

- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2012). *Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen*. BPFE.
- Fatharani, & Yuliana. (2024). Analisis strategi marketing 4C pada Bogor Permai Bakery. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*.
- Fitriasari, N., Wahyudi, B., Sukajie, B., & Widjaja, Y. R. (2025). Pengembangan strategi pemasaran 4C sebagai upaya meningkatkan kunjungan pasien ke Poli OBGYN Rumah Sakit Tingkat IV Samarinda. *Jurnal Pengabdian Nasional Indonesia*.
- Herry, S., & Khaerul, U. (2013). *Manajemen pemasaran bank syariah*.
- Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia.
- Janita. (2021). Strategi pemulihan ekonomi melalui sinergi pemasaran digital “LapakUMKM.Com”. *JANITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 45–53.
- Junianto, M. R. (2025). Kawasan wisata kuliner Pinka Lembu Peteng. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 2.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2006). *Strategi: Bagaimana meraih keunggulan kompetitif*. Erlangga.
- Kurniadi, Sudarmiatin, & Wardana. (2024). The role of MSMEs in local economic improvement and labor absorption in Indonesia. *Necent: Journal of Economics and Business*, 3(1), 1–10.
<https://journal.pkwuniba.com/index.php/necent/article/view/60>
- Lauterborn, R. F. (1990). New marketing litany: 4C’s replace the 4P’s. *Advertising Age*.

- Lauterborn, B. (2021). Redefining the marketing mix: From 4P to 4C. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 29(3), 245–252. <https://doi.org/10.1080/10696679.2021.1883484>
- Mada, Y. P. (2024). The evolution and revolution of marketing mix from 4P to 4C to 4E to e-marketing mix: A literature overview.
- Manajemen, J., et al. (2016). Pengaruh kebutuhan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 387–395.
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic marketing: A managerial approach*. Richard D. Irwin.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2022). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mufid, M. (2005). *Komunikasi dan regulasi penyiaran*. Kencana.
- Mulyadi. (2017). *Akuntansi manajemen: Konsep manfaat dan rekayasa*. STIE.
- Ningrum, I. C., Megawati, L. R., & Nurhayati, P. (2023). The optimizing of digital marketing to increase brand awareness of Sudut Lombok. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Noviyani, F. (2022). Strategi marketing mix 4C dalam meningkatkan brand awareness.
- Prasetyorini, J. (2024). *Strategi pemasaran bisnis*. Scofindo Media Pustaka.
- Rachmawati, T. S. (2017). Faktor 4P, 3P, dan 4C serta aplikasinya dalam kegiatan pemasaran perpustakaan. *Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 28(1), 40–49.
- Sidiq, M. (2024). Pengaruh marketing mix (4C) terhadap keputusan pembelian di YOPS SPACE Kota Pare-Pare [Undergraduate thesis, IAIN Parepare].
- Simanjuntak, C., Nazaruddin, N., & Wibowo, R. (2024). Strategi pengembangan digital marketing pada PT. X dengan menggunakan metode SOSTAC. *Jurnal Manajemen Strategi*.

- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kualitatif untuk penelitian sosial dan bisnis. Alfabeta.
- Sutisna. (2011). Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran. PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B. (2014). Manajemen penjualan. BPFE.
- Swastha, B., & Irawan. (2014). Manajemen pemasaran modern. BPFE.
- Tambunan, T. (2021). UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan strategi pemberdayaan. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran strategik (Edisi 2). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2023). Strategi pemasaran: Konsep dan aplikasi. Andi Offset.
- Wardhani, D. A., Wiana, I. M. R., Ferdiansyah, M. R., Namira, R., & Muharis, I. A. (2025). Analisis penerapan konsep 4C dalam pemasaran digital di industri e-commerce Indonesia. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(4), 306–315. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17663118>
- Widjaja, Y. R., & Prasetyo, A. (2022). Analisis digital marketing menggunakan metode marketing mix 4C pada UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2).
- Yunus, E. (2021). Manajemen bisnis strategis. Andi Offset.
- Zega, S., & Waruwu, W. (2023). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di Alfamidi Kecamatan Gido. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 27(2).
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2013). *Services marketing*. McGraw-Hill.
- Zhang, T., Lu, C., & Gupta, S. (2021). Application of virtual reality in marketing (2000–2020): A 4C marketing mix based review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 134, 629–640.