

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2019). *Strategic Market Management*. 12th Edition. Wiley.
- Arikunto, Suharsimi. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2019). *Pemasaran: Sebuah Pengantar*. Pearson Education.
- Barney, J. B. (2021). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. 5th Edition. Pearson Education.
- Barney, J., & Hesterly, W. (2021). *Manajemen Strategis dan Keunggulan Kompetitif: Konsep dan Kasus*. Pearson.
- Chaffey, D. (2020). *Digital Business and E-Commerce Management*. Pearson Education Limited.
- Chaffey, D. (2020). *Pemasaran Digital: Strategi, Implementasi, dan Praktik*. Pearson Education.
- Chaffey, D. (2021). *Pemasaran Digital: Strategi, Implementasi, dan Praktik* (edisi ke-7). Pearson Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Pemasaran Digital: Strategi, Implementasi, dan Praktik* (edisi ke-6). Pearson Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital Marketing*. Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. 8th Edition. Pearson Education.
- Creswell, John W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: Sage Publications.
- Grant, R. M. (2020). *Contemporary Strategy Analysis*. 10th Edition. Wiley.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2018). *Strategic Management: Concepts and Cases*. 12th Edition. Cengage Learning.
- Holliman, G., & Rowley, J. (2019). *Pemasaran Digital Bisnis ke Bisnis*. Routledge.
- Huang, Z. (2021). *Inovasi dalam Pemasaran Digital: Tren dan Strategi*. Wiley.
- Kannan, P. K. (2023). *Pemasaran Digital: Mengintegrasikan Teori dengan Praktik*. Springer.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. Kogan Page.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (edisi ke-17). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-15). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-15). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce: Bisnis, Teknologi, Masyarakat* (edisi ke-15). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce: Business, Technology, Society*. Pearson Education Limited.
- Lazonick, W. (2021). *Sustaining Innovation: An Enterprise Perspective*. Oxford University Press.
- Mankiw, N. G. (2017). *Principles of Economics*. 8th Edition. Cengage Learning.
- Miller, M., & Washington, M. (2021). *Strategi Pemasaran Digital: Pendekatan Terintegrasi untuk Pemasaran Digital*. Wiley.
- Mullins, J. W. (2022). *Marketing Management*. 8th Edition. Pearson Education.
- Mulyadi, M. (2021). *Daya Saing Organisasi dalam Era Globalisasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Parsons, A., Warhurst, C., & Wilton, C. (2022). *Pemasaran Digital dan Keterlibatan Pelanggan*. Sage.
- Porter, M. E. (2016). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Porter, M. E. (2018). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Porter, M. E. (2020). *Strategi Kompetitif: Teknik untuk Menganalisis Industri dan Pesaing*. Free Press.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (2018). *Competing for the Future: Breakthrough Strategies for Reaching the New Market Leaders*. Harvard Business Review Press.
- Raghavan, S., & Dhillon, G. (2022). *Strategi Pemasaran Digital dalam Pasar Global yang Berubah*. Springer.

- Raharja, T. (2022). *Peran Data dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Digital*. Jakarta: Penerbit Data Marketing.
- Ryan, D. (2020). *Pemasaran Digital untuk Pemula* (edisi ke-6). Wiley.
- Ryan, D. (2022). *Memahami Pemasaran Digital: Strategi Pemasaran untuk Menarik Generasi Digital* (edisi ke-5). Kogan Page.
- Ryan, D. (2022). *Pemasaran Digital untuk Pemula* (edisi ke-6). Wiley.
- Ryan, D. (2022). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
- Schilling, M. A. (2020). *Strategic Management of Technological Innovation*. 6th Edition. McGraw-Hill Education.
- Schwab, K. (2022). *Revolusi Industri Keempat*. Crown Business.
- Sihombing, R. (2022). *Tantangan Digital Marketing di Era Transformasi Teknologi*. Jurnal Digital Marketing, 4(1), 42-48.
- Soekanto, Soerjono. (2020). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Strauss, J., & Frost, R. (2022). *E-Marketing*. Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, J. (2020). *Strategi Digital Marketing untuk Pemasaran yang Efektif*. Jurnal Pemasaran Digital, 5(2), 43-49.
- Sutanto, Rudy. (2020). *Inovasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Sutopo, S. (2022). *Media Digital dalam Pemasaran Kontemporer*. Jakarta: Penerbit Media Pemasaran.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2022). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 65(1), 39-50.
- Tjiptono, Fandy. (2021). *Strategi Pemasaran* (edisi revisi). Yogyakarta: Andi Publisher.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Pemasaran Media Sosial* (edisi ke-3). Pearson Education.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social Media Marketing*. Sage Publications.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Strategi Pemasaran Digital: Pendekatan Terintegrasi*. Pearson Education.

Xu, H., & Xu, Y. (2020). *Pemasaran Digital dan Keterlibatan Konsumen: Strategi untuk Lanskap Bisnis yang Berkembang*. Routledge.