

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Akbar, A. M., & Magdalena, M. (2023). Customer Engagement dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Toko Miss Glam Padang. *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 326–335.
- Al-Khairi, M., Herdilawati, W. L., & Ramadhan, R. R. (2024). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah di PT. Smeva Holiday Cabang Kampar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 3(2), 473–486.
- Ameliani, & Widyarfendhi. (2025). Pengaruh Inovasi dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada UMKM Kuliner di Kelurahan Sungai Miai, Banjarmasin Utara). *JOMAB: Journal of Management and Business*, 1(1).
- Anggraeni, H., & Rachmi, A. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rotte Bakery Cabang Delima. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 8–13.
- Apriyanti, A., Putri, Z. M., & Hariyani, D. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 53–61.
- Aulia Ernawati, F., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemilihan Pasar, Diferensiasi Produk, dan Aliansi Strategis terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(1), 10–17.
- Bagus, S., Lestari, A., & Pratama, D. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Pangan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 35–44.
- Castillo Vergara, M., & Garcia Perez-de-Lema, D. (2020). Creativity and Innovation in SMEs from Emerging Countries: A Systematic Literature Review. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(3), 439–461.
- Cemosa, A., & Soelaiman, D. (2020). Kreativitas dalam Pengembangan Produk UMKM: Perspektif Pemasaran Inovatif. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 6(2), 98–109.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson Education Limited.

- Cindy, C., & Rahayu, N. P. W. (2025). Pengaruh Bauran Pemasaran, Digital Marketing Dan Direct Selling Di Toko Cindy Jaya Furniture Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 123–144.
- Creswell, J. (2009). RESEARCH DESIGN: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In *SAGE Publications* (Third).
- Dalimunthe, M. (2017). Strategi Keunggulan Bersaing dan Inovasi Produk pada UMKM Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 5(3), 224–233.
- Dendeng, L., Santoso, A., & Maharani, R. (2023). Brand Trust: Kredibilitas Merek dan Loyalitas Konsumen dalam Konteks Produk Lokal. *Jurnal Riset Manajemen*, 18(1), 74–85.
- Didik, S. (2022). Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. Surabaya: Penerbit Unesa Press.
- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Tengah. (2024). Laporan Tahunan Perkembangan UMKM Jawa Tengah 2021–2024. Semarang: Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Tengah.
- Droge, C., Vickery, S. K., & Jacobs, M. A. (2012). Does supply chain integration mediate the relationships between product/process strategy and service performance? *International Journal of Production Economics*, 137(2), 250–262.
- Dunggio, S. (2023). *ANALISIS STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP FINANCIAL TECHNOLOGY- FINTECH (STUDI KASUS PADA PT BPR HASAMITRA) ANALYSIS*. Hasanuddin Makassar.
- Dwiputri, R., Isyanti, P., & Sumarni, N. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kofieboy. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 488–498.
- Dwi Tiara Sari, & Radiansyah, M. (2022). Pengaruh Kreativitas Produk dan Keterampilan Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Opak Ubi di Desa Pegajahan. *Jurnal Inovasi Ekonomi Lokal*, 3(1), 25–36.
- Dwiyatma, R., & Indrawijaya, S. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Bisnis Laundry Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(03), 830–844.
- Ernawati & Kurniawati (2020). Pengaruh Kreativitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Steak Noodles. *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 112-119.
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Matic Honda. *JSAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1),

266–282.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gulton, N. H., & Fadli, R. (2024). Membangun Brand Trust di Era Digitalisasi UMKM. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 12(1), 55–66.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*.
- Hayu, A., & Rachmi, A. (2023). Brand Trust dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen Produk Muslimah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 77–84.
- Herayanti, L., & Sari, D. E. (2024). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Cod, Dan Kemudahan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Shopee. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(2), 550.
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-Wom, Dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1, 1351–1363.
- Hidayani, N. S. (2025). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Pada Kopi Kenangan Ruko Ngagel Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 14(2), 1–18.
- Huda, N., & Wijaya, R. S. (2024). Keunggulan Bersaing Dan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Padang. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 01(04), 575–592.
- Jehosua, Q. H. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2022). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Thrift By Quer. *Productivity*, 3(5), 458–464.
- Julito, K. A., & Ramadani, I. (2024). Pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Generasi Z Dalam Transaksi E-Commerce Sebagai Pemoderasi. *Media Akuntansi Perpajakan*, 9(1), 28–40.
- Junaid Kamaruddin, M., Sulaiman, F., & Kartika, D. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 11(3), 140–151.
- Kalil, R., & Evant, H. (2020). Kreativitas Organisasi dalam Produk dan Layanan: Perspektif Pemasaran Strategis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 8(1), 65–75.
- Kamaruddin, M. J., Lukiyana, L., & Pebianti, V. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian

- Dengan Kebijakan PSBB Sebagai Variabel Moderating Pada UMKM Di Jakarta. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 1–13.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). Data Statistik UMKM Nasional Tahun 2023. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kumbara, M. (2021). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, N. W., & Huda, M. (2024). Pengaruh Omnichannel Marketing dan Product Assortment terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen UMKM FNB di Pandaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1580–1593.
- Maulidia, R., & Ratnasari, N. (2021). Digital Marketing sebagai Strategi Peningkatan Penjualan UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen UMKM*, 5(2), 113–123.
- Mukti, F. O. D., & Isa, M. (2024). The Effect of Digital Marketing, Word of Mouth, Brand Trust and Image on the Purchase Decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(4), 1317–1324.
- Mulyansyah, D., & Sulistyowati, R. (2020). Digital Marketing: Konsep dan Implementasinya pada UMKM Indonesia. Bandung: Alfabeta.
- Naninsih, N., Alam, S., & Indriasari, D. P. (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 479–490.
- Naninsih, N., Fitria, D., & Hakim, R. (2022). Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran melalui Digital Marketing pada UKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2), 180–193.
- Nasution, A. O., Syahputra, R., & Nasution, M. F. (2025). Pengaruh Endorse, Influencer marketing dan Iklan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rumah Makan Pondok Hijau Gunung Tua. *Jurnal Investasi*, 11(1), 11–21.
- Novita, A., Mukhsin, M., & Satyanegara, D. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Coffee Shop Di Kota Serang Banten. *Tirtayasa Ekonomika*, 19(1), 56.
- Nurhalizah, D., Ramadani, I., & Lestari, P. (2023). Structural Equation Modeling (SEM) dengan SmartPLS: Teori dan Praktik. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Padli. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro. *Jurnal Hipotesa*, 16(2), 21–35.

- Pratamasari, V. F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Forum Ekonomi*, 24(2), 422–432.
- Pratiwi, S. W., & Santoso, R. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc Di Surabaya Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (Angkatan 2021-2024). *Cendikia: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 3(1), 363–374.
- Purnamasari, I., & Suryandari, D. (2023). Digital Marketing dan Keputusan Konsumen: Studi Empiris pada UMKM Kuliner di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 44–57.
- Putri, A. T., Anggelina, & Sembiring, Y. F. (2025). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Pinkflash Pada Mahasiswa Angkatan 2022 Di Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(4), 412–426.
- Putri, A., & Sari, W. (2021). Penerapan Strategi Diferensiasi untuk Membangun Keunggulan Bersaing pada UMKM Makanan Ringan. *Jurnal Inovasi Manajemen*, 6(3), 95–104.
- Qurbawati, R., Albar, F., & Hidayat, S. (2024). Brand Trust dan Loyalitas Konsumen dalam Konteks Produk Halal UMKM. *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 10(1), 33–45.
- Raintung, M. C., Kawet, R. C., & Lumatow, R. Y. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelaku Usaha Industri Rumah Panggung Di Kecamatan Woloan Kota Tomohon. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(3), 1594–1610.
- Riki Gana Suyatna, Berliana Pebriyanti, Dede Rifki, Ismalia Nur Hidayah, & Sri Mulyaningsih. (2024). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembeli pada UMKM Q Raden Kaos Polos di Kota Serang. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(1), 58–65.
- Riki Gana Suyatna, et al. (2024). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Q Raden Kaos Polos di Kota Serang. *Jurnal Bisnis Kreatif*, 5(1), 77–90.
- Rompis, Z. F., & Wenas, R. S. (2024). The Influence of Digital Marketing and Competitive Advantage on Purchasing Decisions for Culinary Msmes in Sonder District, Minahasa District. *Jurnal EMBA*, 12(01), 760–769.
- Sari, D. T., & Radiansyah, M. (2022). Pengaruh Kreativitas Produk Dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Opak Ubi Di Desa Pegajahan. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1).
- Sari, F. R., Wahono, B., & Novianto, A. S. (2019). Pengaruh Harga, Keunggulan

- Bersaing Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mixue Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malang Angkatan 2019. *Jrm*, 12(02), 221–232.
- Sipahutar, R., Haloho, E., & Darus, P. (2024). Pengaruh Service Differentiation Dan Reputasi Terhadap Keunggulan Bersaing Universitas Katolik Santo Thomas Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 24(1), 109–114.
- Sitanggang, D. G. (2024). *Pengaruh Keunggulan Bersaing Dan Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Arang Sehat Di Rumah Briket Medan*. Medan Area.
- Subagja, A. (2021). *Manajemen Strategik dan Keunggulan Bersaing*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, B., Harahap, E., Syahputra, A., & Hasibuan, D. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Pada King Perabot Kota Pinang. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 353–364.
- Susilatri, S., Humairoh, F., Ramaiyanti, S., & Azlina, N. (2024). Pengaruh Keunggulan Bersaing, Teknologi Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm. *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 5(2), 265–278.
- Susilatri, S., Nugroho, P., & Mahendra, G. (2024). Pengaruh Keunggulan Bersaing, Literasi Keuangan dan Adopsi Digital terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Digital*, 2(1), 66–78.
- Syofia, A. (2023). Strategi Mempertahankan Keunggulan Bersaing UMKM dalam Era Pasar Bebas. *Jurnal Ekonomi Mikro dan Inovasi Bisnis*, 7(2), 108–120.
- UMKM Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI). (2025). *Laporan Data Penjualan UMKM IPEMI Tegal Tahun 2022–2024*.
- Vickery, S. K., Jayaram, J., Droge, C., & Calantone, R. (2003). The effects of an integrative supply chain strategy on customer service and financial performance: An analysis of direct versus indirect relationships. *Journal of Operations Management*, 21(5), 523–539.
- Vickery, S. K., Droge, C., & Markland, R. E. (1994). Strategic production competence: Convergent, discriminant, and predictive validity. *Production and Operations Management*, 3(4), 308–318.
- Wiranata I, Agung A, & Prayoga I. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146.
- Zulkarnain, R. (2021). Peran Brand Trust dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 14(2), 135–145.