

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Best, R. J. (2013). *Market-Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Profitability* (6th ed.). Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Day, G. S. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37–52.
- Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sukabumi. (2023). *Data Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kabupaten Sukabumi Tahun 2023*. Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM Kabupaten Sukabumi.
- Ferdinand, A. (2000). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A., & Hadi, S. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kapabilitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 45–58.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer Nature.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., & Indriyani, I. (2022). Peran Digital Marketing terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 4(2), 112–125.
- International Journal of Academic Research in Management*, 8(1), 1–10.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Lestari, S., Kurniawan, R., & Rahayu, T. (2024). Peran Keunggulan Bersaing dalam Hubungan Digital Marketing dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6(1), 33–47.
- Morgan, N. A., Vorhies, D. W., & Mason, C. H. (2009). Market orientation, marketing capabilities, and firm performance. *Strategic Management Journal*, 30(8), 909–920.
- Nugroho, A., & Santoso, B. (2025). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 78–91.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- Pradiani, T. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, 12(2), 89–101.
- Putra, D. A., Wijaya, E., & Handayani, S. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Kapabilitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 13(2), 145–160.
- Putri, A. R., & Setiawan, I. (2021). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing UMKM. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 8(3), 201–214.
- Rahman, A. (2023). Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Kapabilitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Sains Manajemen*, 9(2), 150–162.
- Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Sari, N. K., & Dewi, C. (2022). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 8(1), 12–24.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian: Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.

- Taherdoost, H. (2019). What is the best response scale for survey and questionnaire design; review of different type of scale selection and approximation.
- Todor, R. D. (2016). Blending traditional & digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov. Series V: Economic Sciences*, 9(1), 51–56.
- Vorhies, D. W., & Morgan, N. A. (2005). Benchmarking marketing capabilities for sustainable competitive advantage. *Journal of Marketing*, 69(1), 80–94.
- Wahyuni, S., Hidayat, M., & Fitriani, N. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keunggulan Bersaing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(3), 210–223.
- Winardi, A. (2024). *Analisis Kinerja Pemasaran UMKM berbasis Structural Equation Modeling*. Skripsi/Penerbitan Ilmiah.