

DAFTAR PUSTAKA

- Amar. (2023). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Skincare di Kabupaten Luwu. *Jurnal Manajemen Dan Retail*, 3(01), 78–85. <https://doi.org/10.47080/jumerita.v3i01.2530>
- Arief, A. S., Putri, S. E., Suroso, A., Syakhrani, A. W., & Rahmini, N. (2021). Digital Technology Management Challenges in Marketing Local Farm Products in Developing Countries: Analysis of International Publication Findings. *Jurnal Iqra' : Kajian Ilmu Pendidikan*, 6(2), 96–107. <https://doi.org/10.25217/ji.v6i2.1378>
- Arjaya, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Desa Wisata Kubu Bakas Klungkung. *Journal of Applied Management Studies (JAMMS)*, 4(2), 136–146.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Farahdinna, P. N. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Kota Banda Aceh Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. In *Repository UIN* (Issue 8.5.2017). <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/23300>
- Ginting, E. B. (2022). *Implementasi Digital Disruptive Technology Dalam Strategi Pemasaran Modern Terhadap Sales Bisnis Thriftshop*. 1–74. [https://eprints.unpak.ac.id/5835/1/2022 Espayola Br Ginting_021118397.pdf](https://eprints.unpak.ac.id/5835/1/2022%20Espayola%20Br%20Ginting_021118397.pdf)
- Harminingtyas, R. (2014). Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi Dan Media Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra Di Kota Semarang. *STIE SEMARANG, VOL 6, NO 3, Edisi Oktober 2014*, 33(6), 621–637. <https://media.neliti.com/media/publications/132337-ID-none.pdf>
- Ihsan, M., Zainuddin, & Alimin. (2023). *Analisis Faktor Penyebab Terjadinya Penurunan Penjualan pada Agency Centre PT . HNI-HPAI Kabupaten Tanah Datar*. 3, 3236–3248.
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, H. A. (2022). *Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah*. 6(2), 212–224.
- Kamal, K. A. (2023). *Upaya Peningkatan Penjualan Kedai Sushi Imaji Melalui Pengembangan Digital Marketing*.

- Kurniawan, N. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Di Kabupaten Siak. *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan*, 5(2), 47–54. <https://doi.org/10.59061/jsit.v5i2.77>
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. *Sukabumi: CV Al Fath Zumar*.
- Lilis. (2022). *Implementasi Strategi Digital Marketing Dalam Pengembangan UMKM Di Desa Seppong Kab.Luwu*. file:///C:/Users/asus/Downloads/10207-23536-1-PB.pdf
- Maharani, S., & Nazmah. (2023). Efektifitas Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Kel. Siti Rejo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(3), 357. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i3.30742>
- Martha, E., & Kresno, S. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif untuk bidang kesehatan*.
- Moleong, L. J. (1989). Metodologi penelitian kualitatif. (No Title).
- Muhajir, A., & Bilgies, A. F. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada CV. Sinar Terang Gresik. 5(2), 36–50. <http://e-jurnal.unisda.ac.id/index.php/adilla/article/view/3197/2023>
- Nirmala, E. (n.d.). *Pemasaran online*. [https://repositori.kemdikbud.go.id/10285/1/pemasaran online x1.pdf](https://repositori.kemdikbud.go.id/10285/1/pemasaran%20online%20x1.pdf)
- Pangestika, W. (2018). Mengenal Konsep dan Penerapan Digital Marketing yang Harus Anda Ketahui. *Jurnal. Id*.
- Paramita, T. I. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Marketplace Pada Umkm Toko Roemah Daster*.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode penelitian komunikasi kualitatif*.
- Rokhmah, B. E., & Yahya, I. (2020). Tantangan, Kendala, Dan Kesiapan Pemasaran Online Umkm Di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 1(1), 20–31. <https://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/filantropi/article/view/2420/824>
- Sugiyono, P. D. (2006). Statistika untuk penelitian. *Bandung: CV. Alfabeta*, 21.
- Suryani, I. (2015). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*, 8(April 2014), 123–138.

<https://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6471>

Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>

Utami, F. A. (2016). *Konstruksi Sosial Masyarakat Mengenai Perpustakaan Desa di Surabaya*. [https://repository.unair.ac.id/54659/13/SKRIPSI Fatimah Aria Utami-min.pdf](https://repository.unair.ac.id/54659/13/SKRIPSI%20Fatimah%20Aria%20Utami-min.pdf)

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (n.d.). *Digital Marketing*.

Yusuf. (2022). *Kenaikan Jumlah UMKM Go Online Jadi Hasil Konkret Pembahasan Transformasi Digital di KTT G20*. 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

