

DAFTAR PUSTAKA

- Alansori Apip, L. E. (2020). *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat* (1st ed.).
- Andi Gunawan. (2019). *The Book OF Digiital Marketing*.
- Arikunto.S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakti* (Revisi VI). PT Rineka Cipta.
- Arumsari. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Ayu, I. D., Tantri, A., Martina, K., Putri, D., & Arya, I. P. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Klungkung Dalam Meningkatkan Komoditas Profit. *Jurnal Pendidikan ...*, 12(2), 263–275. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/29305>
- Az-zahra, N. S. (2021). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science*, 77–88.
- Chaffey. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice* (6th ed.).
- Damian Ryan, C. J. (2019). *Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation* (1st ed.).
- Diana Rapita. (2016). *Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*.
- Facebook. (2023). <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. 1(2).
- Feny Rita & Wasil. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (1st ed.).
- George R. Terry. (2021). *Dasar-dasar Manajemen* (Revisi). Bumi Aksara.
- Ghozi, S. (2015). *Statistik Deskriptif untuk Ekonomi* (1st ed.). Cv Budi Utama.
- Gonibala, N. dkk. (2019). Analisis Pengaruh Modal dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Kitamobagu. *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01), 56–67.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi_Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41. <https://doi.org/10.36618/competitive.v16i1.1171>
- hasanuddin remmang. (2021). *Perencanaan Bisnis UMKM* (1st ed.). CV Sah Media.
- Heri Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.).
- imbron, ibrahim pamungkas. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1st ed.).

Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.

Instagram. (2023). <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Izza, I. (2019). Media Sosial, Antara Peluang dan Ancaman dalam Pembentukan Karakter Anak Didik di Tinjau dari Sudut Pandang Pendidikan Islam. *At-Ta'lim : Jurnal Pendidikan*, 5(1), 17–37. <https://doi.org/10.36835/attalim.v5i1.63>

Izzah Nur Masyithoh, & Ivo Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>

Journal, C. D., Sumantri, R. M., Daulay, N., Hannum, M., Nasution, V. A., Rambe, R. M., Mikro, U., & Menengah, D. (2023). *STRATEGI TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK MENJANGKAU*. 4(4), 7506–7513.

Kafrawi, A., & Rezha Mulya Sugiri, M. (2022). Pengaruh pemasaran digital dan modal usaha terhadap pendapatan umkm di tengah pandemi covid-19. *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(4), 827.

Kartika Wati, S., Fadhillah, M., & Widodo, E. K. (2023). Penerapan Digital Marketing pada UMKM Batik Sembung di Kulonprogo. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 802–809. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.3603>

Kuncoro. (2014). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (3rd ed.). Bumi Aksara.

Miguna, A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Cv Budi Utama.

Nawawi, Z. M., & Rahmah, A. (2022). “Peran Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Kota Medan.” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 1448–1455.

Ni'matuzahroh & Susanti. (2018). *Observasi: Teori dan Aplikasi Dalam Psikologi* (1st ed.).

Nugroho, E. (2018). *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner* (1st ed.). UB press.

R.A. Fadhallah. (2020). *Wawancara* (1st ed.). Unj Press.

Rauf, A. (2021). *Digital Marketing : Konsep Strategi*. Insania.

Saleh HMY, M. S. S. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. CV Sah Media.

Sardjana Orba. (2021). *Digital Marketing : Konsep Pemasaran* (1st ed.).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Tati Handayani. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam* (1st ed.).

Tedjalaksana, V., & Trimo, L. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Digital UMKM Produk Herbal di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Pengusaha Jamu Herbal Sinom Di Surabaya) Viorensa Tedjalaksana, Lucyana Trimo. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 948. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7457>

Yayuk, S. (2018). Pencatatan Pelaporan Keuangan UMKM (Studi Kasus di Kota Malang). *Ilmu Manajemen Dan Akuntansi, Vol 5 No.2*.

Yulianingsih, A., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nexa Hotel Bandung Tahun 2018). *E-Proceeding of Applied Science, 4(2), 370–377*.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL