

## DAFTAR PUSTAKA

- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. In *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science* (Vol. 1, No. 1, pp. 77-88).
- Chairunisa, (2022). Apa itu Pemasaran . ([https://dailysocial.id/amp/post/apa-itu-pemasaran#amp\\_tf=Dari%20%251%24s&aoh=16844646811218&referrer=http%3A%2F%2Fwww.google.com](https://dailysocial.id/amp/post/apa-itu-pemasaran#amp_tf=Dari%20%251%24s&aoh=16844646811218&referrer=http%3A%2F%2Fwww.google.com)) diakses pada 15 Maret 2023
- Darma, G. S., & Noviana, I. P. T. (2020). Exploring Digital Marketing Strategies during the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment. *Jurnal Mantik*, 4(3), 2257-2262.
- Fitriana dkk, (2022). Digital Marketing, PT. Global Eksekutif Teknologi, Padang Sumatera Barat.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi peningkatan omset ukm percetakan dengan pendekatan analisis SWOT. *SESINDO* 9, 2017.
- Lianovanda, Devi. {2022). Pengertian UMKM. (<https://blog.skillacademy.com/umkm-adalah>) diakses pada 15 Maret 2023.
- Mangu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkulu. *Sebatik*, 25(1), 27-34.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Nirwana, N. Q. S., & Biduri, S. (2021). Implementasi digital marketing pada umkm di era revolusi industri 4.0 (Study pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 18(1), 29-35.
- Nusa,Great. (2023). Pengertian Digital Marketing. (<https://greatnusa.com/artikel/digital-marketing-adalah/>) diakses pada 15 Maret 2023

- Pramawati, I. T., Putri, K. M. D., & Mulyawan, A. (2020). Implementasi digital marketing pada UMKM di Kabupaten Klungkung dalam meningkatkan profit. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(2), 263-275.
- Rengganawati, H., & Taufik, Y. (2020). Analisis Pelaksanaan Digital Marketing pada UMKM Tahu Rohmat di Kuningan. *KOMVERSAL: Jurnal Komunikasi Universal*, 2(1), 28-50.
- Rizaldi, A., & Hidayat, H. (2020). Digital Marketing Communication Strategy. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 9(2), 57-66.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(3), 24-31.
- Selang, C. A. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Sudaryono, (2016). *Manajemen Pemasaran*, Andi, Yogyakarta
- Umami, Z., & Darma, G. S. (2021). Digital Marketing: Engaging Consumers With Smart Digital Marketing Content. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 94-103.