

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R. (2022). *Perkembangan UMKM di Indonesia dan Perannya*, Sirclo Store, (<https://store.sirclo.com/blog/perkembangan-umkm-di-indonesia/>), di akses pada 7 Juni 2022.
- Az-Zahra, N.S. (2021). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM, *National Conference Of Islamic Natural Science*, XX, 77-88.
- Candrawardhani, S. (2024). *Apa itu STP (Semgenting, Targeting, Positioning) Dalam Bisnis*, Kita Lulus, (<https://www.kitalulus.com/blog/bisnis/stp-adalah/>), di akses pada 8 April 2024.
- Fadhilah, D.A., Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17-22.
- Fattah, T.K., Dan Salman, P. (2021). Actualization of Digital Marketing Society 5.0 on MSMES of Sasirangan Cloth in Village Sasirangan in Banjarmasin City, *International Journal of Research in Vocational Studies (IJRVOCAS)*, 1(3), 62-67.
- Fawzi, M.G.H., Iskandar, A.S., Erlangga, H., Nurjaya., Sunarsi., D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, Pascal Books, Tangerang Selatan.
- Hanim, L., Noorman, MS. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA*, Unissula Press, Jawa Tengah.
- Indrasari, M. (2018). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya ,Jawa Timur,Indonesia.
- Jasri., Arfan, N., Hasanuddin., Hasan, H.A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah, *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212-224.
- Larasati, T.A., Pradiptya, A., Mawardani, M. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati, *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 397-402.

- Olazo, D.B. (2019). Measuring the level of Digital Marketing Capabilities, Digital Marketing Strategies and Challenges and Issues of SMEs in adopting Digital Marketing, *Journal of Marketing Advances And Practices*, 4(1), 80-96.
- Raharjo, N.P., Rofiuddin, A. (2022). Strategi Digital Marketing Dalam Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Beringin Kabupaten Tuban, *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 6(2), 168-175.
- Rauf, A., Manullang, S.O., Ardiansyah, T.E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V.G., Depari, G.S., Rahajeng, E., Apriyanti, M.D., Riorini, S.V., Yahawi, S.H. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*, Insania, Cirebon.
- Redjeki, F., Affandi, A. (2021). Utilization of Digital Marketing for MSME Players as Value Creation for Customers during the COVID-19 Pandemic, *International Journal of Science and Society*, 3(1), 40-55.
- Saparso. (2021). *Marketing Process Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*, Ukrida Press, Jakarta.
- Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*, Quadrant, Yogyakarta.