

## DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Beu, N. S., Moniharapon, S., & Samadi, R. L. (2021). Analisa Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada UMKM Toko 48 Pasar Bersehati Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1530-1538.
- Erlangga, H. (2021). Effect of digital marketing and social media on purchase intention of Smes food products. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3672-3678.
- Fatimah, F. N. A. D. (2016). *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Gumilang, Risa Ratna. "Implementasi digital marketing terhadap peningkatan penjualan hasil home industri." *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 10.1 (2019): 9-14.
- Hutami, S. A. F., & Mutmainah, I. (2021). Strategi Pemasaran UMKM KUB Berkah di Desa Karang Asem pada Era New Normal. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 97-105.
- Ihsannudin, S., Nugraha, R. N., & Chotimah, T. H. (2022). Penerapan Bauran Pemasaran pada Teraskita Hotel Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(3), 314-322.
- Istikhoroh Siti, Suwarno, Y. F. G., Irnanda, Z. R., Rizki, R. A. A., Rahmawati, D., & Ameliaratri, R. (2023). *Digital Marketing: Tinjauan Konseptual*. Mega Press Nusantara, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat
- Jeanifer, Tangkudung A., Joy E. Tulung, and Regina T. Saerang. "Analyzing The Utilization of Digital Marketing In Msme's (Micro Small To Medium Enterprise) At Manado City, North Sulawesi Province." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 7.4 (2019).
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisa Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 9(2).
- Mangku, Dewa Gede Sudika, and Ni Putu Rai Yuliantini. "Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing Di

Kabupaten Buleleng." *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha* 10.3 (2022): 1-24.

Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73-92.

Nana Meliana, N. I. N. G. T. I. A. S. (2021). *Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Abian Tubuh (Studi Kasus Di Kelurahan Abian Tubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).

Nurchayanti, F. W., & Faizah, S. M. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Studi terhadap Toko Imamgift. *Art. Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(02), 302-315.

Putri, Synthia Sumartini. "Digital Marketing sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Wirausaha Muda "Clothing PRJBus" dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM." *LUGAS Jurnal Komunikasi* 6.2 (2022): 65-72.

Saefullah, E., Rohaeni, N., & Tabroni, T. (2022). Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Eureka Media Aksara*, Oktober 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah

Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211.

Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(3), 155-159.

Wibowo, Riska Aprilia Putri, and Onny Fitriana Sitorus. "Penerapan Digital Marketing dalam Mempertahankan UMKM di Masa Pandemi Covid-19." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 3.4 (2022): 2283-2291.

Wijayanti, R., Riyani, S., & Affandi, A. (2023). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning, Dan Marketing Mix Dalam Meningkatkan Penjualan Pada House Of Elena Fashion Wonosobo. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 3(2), 67-77.