

DAFTAR PUSTAKA

- Arlinda, S., & Hendro, J. (2024). Penerapan digital marketing dalam menarik minat beli produk UMKM Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 184-192.
- El Ghifari, L. F., & Supendi, M. (2024). Penerapan strategi digital marketing pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) Waken Cafe. *Jurnal Niara*, 16(3), 504-512.
- Haryanto, R., Setiawan, A., Nurhayati, R., Mertayasa, I. G. A., & Nugraha, A. R. (2024). Digital marketing sebagai strategi pemasaran di era Society 5.0: literature review. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2).
- Hastuti, P., Sari, N. W., & Ramadhan, F. (2020). *Tujuan dan manfaat UMKM dalam perekonomian nasional*. Deepublish ,Yogyakarta
- Hidayat, M. T., & Kurniawan, R. (2023). Kualitas Layanan, Promosi Produk, dan Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 40–55.
- Hussain, H. N., Alabdullah, T. T. Y., Ries, E., & Jamal, K. M. (2023). Implementing technology for competitive advantage in digital marketing. *International Journal of Scientific and Management Research*, 6(6), 95-114.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen pemasaran*. Strategy Cita Mulia
- Nurhasanah, M., Ameliasari, S., Iskandar, A. I., & Andria, F. (2023). *Strategy For Strengthening MSMEs Capabilities: Implementation Of Digital Marketing As A Means Of Promotion And Commercialization Of Business Products In The Kencana Village Of Bogor City*. *International Journal of Business, Economics, and Social Development*, 4(4), 310-320.
- Prastyorini, J., & Fauziyyah, H. B. (2024). *Strategi Bisnis Pemasaran*. STIAMAK, Surabaya.
- Pratama, G., As' adi, A., Rahmah, A., Muhajir, A. A., Fauziyah, A., Nuramalia, A., & Elatifania, W. (2025). *Digital Marketing*. PT Arr Rad Pratama, Cirebon

- Rangkuti, F. (2020). Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT.Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24-31.
- Saqib, N. (2021). *Positioning: A literature review*. *PSU Research Review*, 5(2), 141–169.
- Setiawan, L. H., & Budiastra, I. W. (2020). Analisis strategi pemasaran handmade tas UMKM AKA di Kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 2(1), 1–10.
- Sirodjudin, M., & Sudarmiatin, S. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 1–16.
- Syahputra, R. M. (2021). *Digital Marketing Strategy Through Digital Channelsin Promoting Product*. *Ijisrt. Com*, 6(1).
- Tolstoy, D., Nordman, E. R., & Vu, U. (2022). *The indirect effect of online marketing capabilities on the international performance of e-commerce SMEs*. *International Business Review*, 31(3), 101946.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43–57.
- Tresnawati, Y., Prasetyo, K., Mercu, U., & Jakarta, B. (2022). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro kecil dan menengah bisnis kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43-57.
- Tresnawati, Y., Prasetyo, K., Mercu, U., & Jakarta, B. (2022). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro kecil dan menengah bisnis kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43-57.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

- Wati, S. K., Fadhilah, M., & Widodo, E. K. (2024). Penerapan Digital Marketing pada UMKM Batik Sembung di Kulonprogo. Al-Kharaj: *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 802-809.
- 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 Sistem Informasi*, 1(1), 1–10.