

DAFTAR PUSTAKA

- Albushairi, S. A., dkk. (2021). *The Role of Digital Marketing with Creativity and Innovation for Sustainable MSMEs*. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(10), 2902–2913. Diakses pada 29 Mei 2025, dari <https://www.researchgate.net/publication/356918883TheRoleOfDigitalMarketingWithCreativityAndInnovationForSustainableMsmeS--Palarch%27s>.
- Fadhilah, M. A., Wati, S. K., & Widodo, E. K. (2024). Penerapan *Digital Marketing* pada UMKM Batik Sembung di Kulonprogo. Al-Kharaj: *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. Diakses pada 15 April 2025, dari <https://journal.laaroiba.com/index.php/alkharaj/article/view/3603>
- Fitriyana, D., Warliati, A. E., & Listiaty, T. (2022). Strategi pemasaran produk UMKM rattan sintetis melalui *Digital Marketing* di Desa Karangmulya Kabupaten Cirebon. *Manajemen dan Pariwisata*, 1(2), 248–251. ISSN 2829-5692. Diakses pada 29 Mei 2025 dari <http://jurnal.stiepar.ac.id/index.php/jmp/article/view/214>
- Ijomah, T. I., Idemudia, C., Eyo-Udo, N. L., & Anjorin, K. F. (2024). *Innovative Digital Marketing Strategies for SMEs: Driving Competitive Advantage and Sustainable Growth*. *International Journal of Management and Economics Research*, 14(2), 56–68. Diakses pada 18 April 2025, dari <https://www.researchgate.net/publication/383847696InnovativedigitalmarketingstrategiesforSMEsDrivingcompetitiveadvantageandsustainablegrowth>
- Innida, L. L., Aisyi, N. R., Limaran, K., Widiastuti, R. A., & Suryono. (2024). Pengenalan Segmenting, Targeting, Positioning (STP) dan Penerapan *Digital Marketing* sebagai Strategi Pemasaran Produk Lokal Jahe Instan Desa Banjarsari. *Jurnal Bina Desa*, 6(2), 198–204. Diakses pada 29 Mei 2025, dari <https://journal.unnes.ac.id/nju/jurnalbinadesa/article/view/46904>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (7th ed.). Pearson Education.
- Nawari, N., & Ulfa, L. A. (2022). Penerapan *Marketing mix* pada Strategi Pemasaran Konvensional dan Digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ekonomi Pertanian (JISEP)*, 15(1), 25–31. Diakses pada 5 Juni 2025, dari <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank/article/view/724>

- Pratama, A., Harahap, E., & Syahputra, R. (2022). Kreativitas Kerajinan Lidi Kelapa Sawit Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Sei Tampang Kabupaten Labuhan Batu melalui Pemasaran Media Sosial. *Journal of Educational and Language Research*. Diakses pada 15 April 2025, dari <https://www.bajangjournal.com/index.php/JOEL/article/view/3353>
- Schlegelmilch, B. B. (2022). *Global Marketing Strategy: An Executive Digest*. Springer Nature.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Bandung: Penerbit Widina.
- Windianingsih, A., Darmawan, W., & Najih, A. (2023). Exploring the Potential of Strengthening for Batik Industry in Digital Era (Study of Handmade Batik Kulon Progo of Jogjakarta). *International Journal of Integrative Sciences*, 2(5), 737–746. Diakses pada 29 Mei 2025, dari <http s://www.a cademia.edu/download/103693208/4041.pdf>
- Yulietta, A. L., Sianturi, A. A. G., & Kurniawan, M. P. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Home Industry Melalui Pendekatan Analisis SWOT di Kelurahan Nginden Jangkungan. *Journal of Community Service (JCOS)*, 1(3), 176–186. Diakses pada 5 Juni 2025, dari <https://journals.edupe d.org/index.php/jcos/article/view/520>.
- Handayani, F., Kadang, J., & Syrifuddin, I. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada Usaha Toreko. *Empiricism Journal*, Diakses pada 17 Juni 2026, dari <https://pdfs.semanticscholar.org/73c1/bdb7b6f3782cd5c1f56f69508f8c4d865c1f.pdf>
- Hida, A. R., & Dewi, Y. R. (2021). *Marketing strategies through Instagram to increase sales (Study on the account @berkahsay)*. In *Proceedings of the BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference (BISTIC 2021)* (Advances in Economics, Business and Management Research, Vol. 193, pp. 273–277). Atlantis Press. Diakses pada 17 Juni 2026, dari <https://www.atlantis-press.com/proceedings/bistic-21/125963906>
- Ariska, Ricky Angga, Purwitasari, Fadilla, & Yustie, Renta. (2022). *Digital Marketing Channels in Micro, Small and Medium Enterprises in Surabaya City*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 1028–1038. Diakses pada 2 Juli 2026, dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/4643>

Mohammad, Anber Abraheem Shlash. (2022). *The Impact of Digital Marketing Success on Customer Loyalty. Marketing and Management of Innovations*, 3,103–113. Diakses pada 17 Juni 2026, dari https://savearchive.zbw.eu/bitstream/11159/12840/1/1832431606_0.pdf