

DAFTAR PUSTAKA

- Amegayibor, G. K. (2021). Training and development methods and organizational performance: A case of the local government organization in Central Region, Ghana. *Journal of Social, Humanity, and Education*, 2(1), 35–53.
- APJII. (2024). *Laporan Survei Internet APJII 2024*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Ariyanto, A., Wongso, F., Wijoyo, H., Indrawan, I., Musnaini, Akbar, M. F., Anggraini, N., Suherman, S., Suryanti, S., & Devi, W. S. G. R. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education
- Djaslim Saladin. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Linda Karya.
- Ernawati, D., & Argo, D. (2019). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ernawati, D., & Argo, D. (2021). *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fatimah. (2016). *Manajemen Strategi dan Analisis SWOT*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fawaid. (2017). Pengaruh *Digital Marketing System* terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(1).
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media
- Gunawan, C., & Septianie, I. (2021). The Effect of Trust and Risk Perceptions Using E-Commerce on Consumer Purchase Intentions (Study on Lazada Consumers in Sukabumi City). *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 1(2), 239–247.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan digital marketing usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-*

Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(2), 120–125.

- Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Boston: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Edition). Pearson Education.
- Lady, S., Juliansyach, A., dkk. (2023). Implementasi Strategi *Digital Marketing* melalui Sosial Media untuk Meningkatkan Kinerja pada UMKM Kolekoleh Anggraini di Kota Batam. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 6(2), 77–89.
- Meilya, S. P. M., Silviana, Fiqia, & Burhan, U (2021). Penerapan Strategi *Digital Marketing* pada UMKM Makanan dan Minuman Khas Gresik. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(2), 55–68.
- Nasrullah, R. (2022). *Manajemen komunikasi digital: Perencanaan, aktivitas & evaluasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Rachmawati dkk. (2023) — *Implementation of Digital Marketing Strategy in MSME Development in Candisari Ungaran Village*
- Rahman dkk. (2021) — *Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kabupaten Sumenep*
- Ranjani, F., Isusanto, H., dkk. (2024). *Digital Marketing* sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Transformasi Digital*, 1(1), 11–24.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2021). *Analisis SWOT sebagai Penyusunan Strategi Organisasi*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Sharabati, A. A., Ali, A. A. A., & Allahham, M. I. (2024). *The Impact of Digital Marketing on SMEs Performance. Journal of Modern Digital Transformation*, 10(2), 56–70.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Taufik dkk. (2023) — *Pengaruh Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM Smille Bouquet di Desa Kedungdalem*
- Visser, M., Sikkenga, B., & Berry, M. (2019). *Digital Marketing Fundamentals: From Strategy to ROI*. Noordhoff Publishers.
- Wardana, M. A., & Sedarmayanti. (2021). *Penjualan dan Pemasaran*. Denpasar: IPB Internasional Press.
- Wardhana, A. (2015). Strategi *Digital Marketing* dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Prosiding Forum Keuangan dan Bisnis IV*, 327–337.
- Widyatama. (2018). *Strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning dalam Pemasaran*.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2019). Strategi segmenting, targeting, positioning serta strategi harga pada perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 1(3), 175–190.